

I. InTraders
Uluslararası Ticaret Kongresi
Kongre Kitabı

First InTraders
International Conference on
International Trade
Conference Book

Editörler
Kürşat ÇAPRAZ
Dr. Irina Raluca Badea
Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Yılmaz

Hiperyayın: 277

Araştırma- İnceleme (Kongre Tam Metin Kitabı)

Editörler /Yazarlar

Kürşat Çapraz

Dr. Irina Raluca Badea

Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Yılmaz

Genel Yayın Editörü

Hatice Bahtiyar

Mizanpj

Meral Gök

Kapak Tasarım

Eylül Grafik

Yayıncı Sertifika No: 16680

ISBN: 978-605-281-145-0

e-ISBN: 978-605-281-146-7

1.Baskı: İstanbul, Kasım 2018

Copyright © Tüm hakları saklıdır. Bu kitabın telif hakları, 5846 sayılı yasanın hükmüne göre, kitabı yayımlayan Hiperlink Eğitim İletişim Yay. San. ve Tic. Ltd. Şti ve Kürşat Çapraz-Dr. Irina Raluca Badea'e-Mustafa Yılmaz'a aittir. Yayımcının ve/veya editör/lerin izni olmaksızın elektronik ve mekanik herhangi bir kayıt sistemi veya fotokopi ile çoğaltılamaz, kopyalanamaz. Ancak kaynak gösterilerek kısa alıntı yapılabilir.

I. InTraders Uluslararası Ticaret Kongresi Kongre Kitabı (I. : 2018: Sakarya)

First InTraders International Conference on International Trade Conference Book/ editörler Kürşat Çapraz, Irina Raluca Badea, Mustafa Yılmaz

İstanbul: Hiperlink Yayınları, 2018.

573 s. ; 24 sm. -- (Hiperyayın;277)

e-ISBN: 978-605-281-147-4

1. Uluslararası ticaret -- Kongreler

I. Çapraz, Kürşat II. Irina Raluca Badea III. Mustafa Yılmaz IV. Eser Adı V. Dizi

HF 1372/.I58 2018

382 INT 2018

Baskı-Cilt: Yalın Yayıncılık - **Sertifika no:** 16116

Genel Satış Pazarlama ve Yayinevi

Hiperlink Eğitim İletişim Yayıncılık San. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.

Tozkoparan Mah. Haldun Taner Sok. Alparslan İş Merkezi

No: 27 Kat: 6 D: 21 Merter- Güngören / İstanbul

Telefon: 0212 293 07 05-06 Faks: 0212 293 56 58

www.hiperlink.com.tr/ info@hiperlink.com.tr

**I. InTraders
Uluslararası Ticaret Kongresi
Kongre Kitabı**

**First InTraders
International Conference on International
Trade
Conference Book**

EDİTÖRLER

Kürşat ÇAPRAZ
Dr. Irina Raluca Badea
Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Yılmaz

| Onur Kurulu | | |
|---|---|------------------|
| Prof. Dr. İsmail KOCAYUSUFOGLU | International Balkan University Rector | Makedonya |
| Prof. PhD. Shyqeri KABASHI | Kolegji Biznesi | Kosova |

Düzenleme Kurulu / Regulatory Board

| | | |
|---|---|-----------|
| Assoc.Prof.Phd. İrfan HAŞLAK | Sakarya University | Turkey |
| PhD. Faculty Member Mustafa YILMAZ | Sakarya University | Turkey |
| Kürşat ÇAPRAZ | Sakarya University | Turkey |
| Ass. Prof. Phd. Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE | Sakarya University | Turkey |
| PhD. Faculty Member Nurcan SÜKLÜM | Hittit University | Turkey |
| PhD. Faculty Member Ebru KANYILMAZ POLAT | Çanakkale Onsekiz Mart University | Turkey |
| PhD. Faculty Member Seçil ÖZTÜRK | Çanakkale Onsekiz Mart University | Turkey |
| PhD. Faculty Member Natalija SHIKOVA | International Balkan University | Macedonia |
| PhD. Faculty Member Joanna HERNIK | West Pomeranian University of Technology | Poland |
| Lect. Phd. Ilir REXHEPI | Kosovo Management Institute | Kosova |
| Assoc.Prof.Phd. Vatuiu TEODORA | Titu Maiorescu University | Romania |
| PhD Faculty Member Jana ILIEVA | The University of Tourism and Management in Skopje | Macedonia |

Danışma Kurulu / Advisory Board

| | | |
|---------------------|-------------------------|--|
| Prof. Phd. | ADEM UĞUR | Sakarya University, Turkey |
| Prof. Phd. | AHMET VECDİ CAN | Sakarya University, Turkey |
| Prof. Phd. | ERMAN COŞKUN | Sakarya University, Turkey |
| Prof. Phd. | MAHMUT BİLEN | Sakarya University, Turkey |
| Assoc.Prof.Phd. | İRFAН HAŞLAK | Sakarya University, Turkey |
| Assoc.Prof.Phd. | NEVRAN KARACA | Sakarya University, Turkey |
| PhD Faculty Member | ADEM AKBIYIK | Sakarya University, Turkey |
| PhD Faculty Member | KAMİL TAŞKIN | Sakarya University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | MUSTAFA YILMAZ | Sakarya University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | KADİR ÜÇAY | Sakarya University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | ASENA BOZTAŞ | Sakarya University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | DİLŞAD TÜRKMENOĞLU KÖSE | Sakarya University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | NURCAN SÜKLÜM | Hitit University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | GAMZE EBRU ÇİFTÇİ | Hitit University, Turkey |
| Prof. Phd. | ÇETİN KANTAR | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | SEÇİL ÖZTÜRK | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | CAN KÖSE | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | EBRU KANYILMAZ POLAT | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | ÜNZÜLE KURT | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| PhD. Faculty Member | TAHİR BENLİ | Kastamonu University, Turkey |
| Assoc.Prof.Phd. | TEODORA VATUIU | Titu Maiorescu University Bucharest, Romania |
| Lect. Phd | DINUCA ELENA CLAUDIA | Titu Maiorescu University Bucharest, Romania |
| PhD Faculty Member | NATALIJA SHIKOVA | International Balkan University, Macedonia |
| PhD Faculty Member | SHENER BILALLI | International Balkan University, Macedonia |

| | | |
|--------------------|---|--|
| Assoc.Prof.PhD. | ALEKSANDRA PORJAZOSKA KUJUNDZISKI | International Balkan University, Macedonia |
| PhD Faculty Member | ARKADIUSZ MALKOWSKI | West Pomeranian University of Technology, Poland |
| PhD Faculty Member | DAWID DAWIDOWICZ | West Pomeranian University of Technology, Poland |
| PhD Faculty Member | ELŻEBIETA JAWORSKA | West Pomeranian University of Technology, Poland |
| PhD Faculty Member | JOANNA HERNIK | West Pomeranian University of Technology, Poland |
| Prof. Phd. | SASHO KOZUHAROV | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| Prof. Phd. | DALIBORKA BLAZESKA | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| Prof. Phd. | ALEKSANDRA STOILKOVSKA | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| Prof. Phd. | SASKO GRAMATNIKOVSKI | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| PhD Faculty Member | NATALSHA RISTOVSKA | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| Prof. Phd. | ZORAN IVANOVSKI | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| PhD Faculty Member | JANA ILIEVA | The University of Tourism and Management in Skopje, Macedonia |
| Lect. Phd | ILIR REXHEPI | AAB College, Kosova |
| Lect. Phd | NAIM ISMAJLI | AAB College, Kosova |
| Assoc.Prof.Phd. | ARBI AGALLIU | European University of Tirana (UET), Albania |
| Assoc.Prof.Phd. | ERMIRA QOSJA | European University of Tirana (UET), Albania |
| Lect. Phd | BESARTA VLADI | European University of Tirana (UET), Albania |

Kongre Sekretaryası / Conference Secretariat

| | | |
|---------------------------------|--|------------|
| Gen. Sect. Kürşat ÇAPRAZ | Sakarya University | Turkey |
| Res. Asst. Özge Alev Çalış | Sakarya University | Turkey |
| Res. Asst. Elif Alp | Sakarya University | Turkey |
| Assoc.Prof.Phd. Vatuiu TEODORA | Universitatea Titu Maiorescu | Romania |
| Ass.Prof. Phd.Asena Boztaş | Sakarya University | Turkey |
| Münevver KEÇELİ | Çanakkale Onsekiz Mart University | Türkiye |
| Muhammed Shahzeb Khan Yousufzai | Mohammad Ali Jinnah University | Pakistan |
| Zuura ASHIMOVA | Manas University | Kyrgyzstan |
| Fani MATESKA | Ss. Cyril and Methodius University in Skopje | Macedonia |
| Mamoona RASHEED | University of Central Punjab Lahore | Pakistan |
| Lect. Taleh HALILOV | Nakhchivan State University | Azerbaijan |
| Irina Raluca BADEA | University of Craiova | Romania |
| Quratulain Ezam | Dow University of Health Sciences, Karachi | Pakistan |
| Celal ALPDOĞAN | Sakarya University | Turkey |
| Romina CHERAGHALIZADEH | Eastern Mediterranean University | TRNC |

Öğrenci Takımı / Student Team

| | |
|----------------------|--------------------|
| İlayda Nur Varsak | Sakarya University |
| Hanife BABACAN | Sakarya University |
| Türkan KARAKAŞ | Sakarya University |
| Gülizar PAT | Sakarya University |
| Mukhitzhan RAKHMANOV | Sakarya University |
| Nilgün DIVARCI | Sakarya University |
| Kübra SABANCI | Sakarya University |

Bilim Kurulu / Scientific Board

| | | |
|-----------|---------------------------|---|
| Prof.PhD. | Abdullah Soysal | Kahramanmaraş Sütçü İmam University |
| Prof.PhD. | Adem Uğur | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Ahmet Ağca | Dumlupınar University |
| Prof.PhD. | Alptekin Erkollar | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Burcu Demirel | Akdeniz University |
| Prof.PhD. | Canan Madran | Dokuz Eylül University |
| Prof.PhD. | Erdoğan Gavcar | Muğla Sıtkı Koçman University |
| Prof.PhD. | Daniel Lacalle | IE Business School, Instituto de Empresa, UK |
| Prof.PhD. | Ergin Uzgören | Dumlupınar University |
| Prof.PhD. | Fikret Çankaya | Karadeniz Teknik University |
| Prof.PhD. | Georgeta Soava | University Of Craiova, Romania |
| Prof.PhD. | Hakan ÇetintAŞ | Kırgızistan-Türkiye Manas University |
| Prof.PhD. | Hakan Er | Akdeniz University |
| Prof.PhD. | Hasan Tutar | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Hatem El-Gohary | Birmingham City University, UK |
| Prof.PhD. | Ionel Barbu | Aurel Vlaicu University, Romania |
| Prof.PhD. | İrfan Kalaycı | İnönü University |
| Prof.PhD. | İzzet Kılınç | Düzce University |
| Prof.PhD. | Levent Gökdemir | İnönü University |
| Prof.PhD. | Lidija Pulevska Ivanovska | University "Ss. Cyril And Methodius", Macedonia |
| Prof.PhD. | Lutfiye Ödemir | İnönü University |
| Prof.PhD. | Mahmut Bilen | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Mahmut Masca | Afyon Kocatepe University |
| Prof.PhD. | Mahmut Yardımcıoğlu | İğdır University |
| Prof.PhD. | Mehmet Emin Karaaslan | İşık University |
| Prof.PhD. | Mehmet Erkan | İstanbul University |
| Prof.PhD. | Mehmet Marangoz | Muğla Sıtkı Koçman University |
| Prof.PhD. | Mehmet Sadık Öncül | Cumhuriyet University |
| Prof.PhD. | Murat Çetin | Namık Kemal University |
| Prof.PhD. | Müslüme Narin | Gazi University |

| | | |
|-----------------|-------------------------|---|
| Prof.PhD. | Ömür Neczan T. Özmen | Dokuz Eylül University |
| Prof.PhD. | Pece Nedanovski | Ss. Cyril And Methodius University İn Skopje, Macedonia |
| Prof.PhD. | Rahmi Yamak | Karadeniz Teknik University |
| Prof.PhD. | Rasim Yilmaz | Namik Kemal University |
| Prof.PhD. | Recep Gunes | İnönü University |
| Prof.PhD. | Remzi Altunışık | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Ruzyie Cop | Abant İzzet Baysal University |
| Prof.PhD. | Selçuk Akçay | Afyon Kocatepe University |
| Prof.PhD. | Selçuk Perçin | Karadeniz Teknik University |
| Prof.PhD. | Seyit Köse | Abant İzzet Baysal University |
| Prof.PhD. | Sima Nart | Sakarya University |
| Prof.PhD. | Songül Kakilli Acaravcı | Mustafa Kemal University |
| Prof.PhD. | V. J. Byra Reddy | University of Petroleum and Energy Studies, India |
| Prof.PhD. | A.Varadaraj | Measi Institute Of Management, India |
| Prof.PhD. | Zoran Ivanovski | The University Of Tourism And Management in Skopje, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Adem Göleç | Erciyes University |
| Assoc.Prof.PhD. | Ali Rıza Sandalcılar | Recep Tayyip Erdoğan University |
| Assoc.Prof.PhD. | Ali Şahin Örnek | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| Assoc.Prof.PhD. | Arsena Gjipali | University Of Tirana, Albania |
| Assoc.Prof.PhD. | Bayram Topal | Sakarya University |
| Assoc.Prof.PhD. | Bernard/Dosti | University Of Tirana, Albania |
| Assoc.Prof.PhD. | Birgit Oberer | Sakarya Universitesi |
| Assoc.Prof.PhD. | Burhanettin Zengin | Sakarya Universitesi |
| Assoc.Prof.PhD. | Cavadxan Qasimov | Azerbaycan Milli Elmler Akademisi Naxçıvan |
| Assoc.Prof.PhD. | Celile Özçíek Dölekoğlu | Adana Bilim ve Teknoloji University |
| Assoc.Prof.PhD. | Clipa Otilia | Stefan Cel Mare From Suceava, Romania |
| Assoc.Prof.PhD. | Daliborka Blazeska | The University Of Tourism And Management in Skopje, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Doriana Dervishi | University Of Tirana, Albania |
| Assoc.Prof.PhD. | Duygu Kızıldağ | Afyon Kocatepe University |

| | | |
|-----------------|--------------------------|---|
| Assoc.Prof.PhD. | Erdoğan Öztürk | Karabük University |
| Assoc.Prof.PhD. | Fahri Erenel | İstinye University |
| Assoc.Prof.PhD. | Fatih Konur | Abant İzzet Baysal University |
| Assoc.Prof.PhD. | Gadaf Rexhepi | South East European University, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Güzin Özdağoğlu | Dokuz Eylül University |
| Assoc.Prof.PhD. | Hakan Çelik | Bilecik Şeyh Edebali University |
| Assoc.Prof.PhD. | Harun Yakışık | Çankırı Karatekin University |
| Assoc.Prof.PhD. | Hasan Ayyıldız | Karadeniz Teknik University |
| Assoc.Prof.PhD. | Ivana Dražić Lutlsky | University Of Zagreb, Croatia |
| Assoc.Prof.PhD. | Jeton Mazllami | South East European University, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Joanna Hernik | West Pomeranian University Of Technology İn Szczecin, Poland |
| Assoc.Prof.PhD. | Kahraman Kalyoncu | Aksaray University |
| Assoc.Prof.PhD. | Kivanç Halil Ariç | Cumhuriyet University |
| Assoc.Prof.PhD. | Lidiia Pashchuk | Taras Shevchenko National University Of Kyiv, Ukrانيا |
| Assoc.Prof.PhD. | Ljubisa Stefanoski | International Balkan University, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Ljupco Eftimov | Ss. Cyril And Methodius University, Macedonia |
| Assoc.Prof.PhD. | Mahmut Akbolat | Sakarya University |
| Assoc.Prof.PhD. | Mehmet Mustafa | İnönü University |
| Assoc.Prof.PhD. | Mehmet Çolak | Mugla Sıtkı Koçman University |
| Assoc.Prof.PhD. | Mehmet Nurullah Kurutkan | Düzce University |
| Assoc.Prof.PhD. | Mücahit Çelik | Adiyaman Universitesi |
| Assoc.Prof.PhD. | Naiana Tarca | University of Oradea, Romania |
| Assoc.Prof.PhD. | Necati Çiftçi | Bilecik Şeyh Edebali University |
| Assoc.Prof.PhD. | Niyazi Kurnaz | Dumlupınar University |
| Assoc.Prof.PhD. | Oğuz Türkay | Sakarya University |
| Assoc.Prof.PhD. | Öznur Bozkurt | Düzce University |
| Assoc.Prof.PhD. | Rifat Yılmaz | Bilecik Şeyh Edebali University |
| Assoc.Prof.PhD. | Savo Ashtalkoski | University Fon, Macedonia |

| | | |
|---------------------|------------------------|--|
| Assoc.Prof.PhD. | Serkan Dilek | Kastamonu University |
| Assoc.Prof.PhD. | Seyfettin Artan | Karadeniz Teknik University |
| Assoc.Prof.PhD. | Sibel Mehter Aykın | Akdeniz University |
| Assoc.Prof.PhD. | Stefan Toma | University of Pitesti, Romania |
| Assoc.Prof.PhD. | Tadeja Jere Jakulin | University Of Primorska, Slovenia |
| Assoc.Prof.PhD. | Teodora Vatuiu | Titu Maiorescu University Bucharest, Romania |
| Assoc.Prof.PhD. | Tuncay Yilmaz | Sakarya University |
| Assoc.Prof.PhD. | Tülay İlhan Nas | Karadeniz Teknik University |
| Assoc.Prof.PhD. | Veli Sırım | Namık Kemal University |
| Assoc.Prof.PhD. | Yusuf Karaca | Afyon Kocatepe University |
| PhD. Faculty Member | A. Cansu Gök Kısa | Hittit University |
| PhD. Faculty Member | Abdul/Waheed | University Of Central Punjab, Pakistan |
| PhD. Faculty Member | Abdulkadir Atar | Karabük University |
| PhD. Faculty Member | Abdullah Naci Doğrul | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Abid Rashid | The Islamia University Of Bahawalpur, Pakistan |
| PhD. Faculty Member | Adem Akbiyik | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Ali Antepli | Bayburt University |
| PhD. Faculty Member | Alp Polat | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | Alper Bozkurt | Adana Bilim ve Teknoloji University |
| PhD. Faculty Member | Arif Güngör | Düzce University |
| PhD. Faculty Member | Asena Boztaş | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Atil Taşer | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | Ayhan Nuri Yılmaz | Düzce University |
| PhD. Faculty Member | Aytekin Fırat | Muğla Sıtkı Koçman University |
| PhD. Faculty Member | Ayten Yılmaz Yalçınner | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Bahar Aşçı | Karabük University |
| PhD. Faculty Member | Baran Arslan | Harran University |
| PhD. Faculty Member | Berat Çiçek | Muş Alparslan University |
| PhD. Faculty Member | Berfu İlter | Afyon Kocatepe University |
| PhD. Faculty Member | Beşir Koç | Bingöl University |
| PhD. Faculty Member | Beyza Sümer | Dokuz Eylül University |

| | | |
|---------------------|-------------------------|--|
| PhD. Faculty Member | Bilal Bağış | Bingöl Üniv. / İstanbul 29 Mayıs Üniv. |
| PhD. Faculty Member | Bilge Aksay | Adana Bilim ve Teknoloji University |
| PhD. Faculty Member | Bilgehan Tekin | Çankırı Karatekin University |
| PhD. Faculty Member | Burcu Oralhan | Nuh Naci Yazgan University |
| PhD. Faculty Member | Bülent Altay | Afyon Kocatepe University |
| PhD. Faculty Member | Büşra Tosunoğlu | Gümüşhane Universitesi |
| PhD. Faculty Member | Can Köse | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Cumhur Şahin | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | Çağatay Karaköy | Cumhuriyet University |
| PhD. Faculty Member | Darko Lazarov | University Goce Delchev, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Dawid Dawidowicz | West Pomeranian University Of Technology in Szczecin, Poland |
| PhD. Faculty Member | Dejan Zdravesci | University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Deniz Akgül | Ahi Evran University |
| PhD. Faculty Member | Dilşad Türkmenoğlu Köse | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Ebru Kanyılmaz Polat | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Edgardo Sica | University Of Foggia, Italy |
| PhD. Faculty Member | Elif Tuba Beydilli | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Emine Şener | Ahi Evran University |
| PhD. Faculty Member | Emrah Tokgöz | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Ercan Yaşar | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Eymen Gürel | Muğla Sıtkı Koçman University |
| PhD. Faculty Member | Faisal Rana | Effat University, Jeddah, Saudi Arabia |
| PhD. Faculty Member | Fatih Ayhan | On Yedi Eylül University |
| PhD. Faculty Member | Fatma Temelli | Ağrı İbrahim Çeçen University |
| PhD. Faculty Member | Feriyal Aslam | Pakistan Institute Of Development Economics |
| PhD. Faculty Member | Fikret Birdişli | Kahramanmaraş Sütçü İmam University |
| PhD. Faculty Member | Fikret Yaman | Afyon Kocatepe University |
| PhD. Faculty Member | Füsün Çelebi Boz | Bayburt University |
| PhD. Faculty Member | Gökhan Baral | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Gökhan Karhan | Batman University |

| | | |
|---------------------|----------------------------|---|
| PhD. Faculty Member | Gökmen Kılıçoğlu | Düzce University |
| PhD. Faculty Member | H.Özlem Yalaz | Akdeniz University |
| PhD. Faculty Member | Halim Tatlı | Bingöl University |
| PhD. Faculty Member | Hatice Sarıaltın | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Hülya Çınar | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Hülya Öcal | Afyon Kocatepe University |
| PhD. Faculty Member | Irena Ashtalkoska | Fon University Skopje, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | İbrahim Alkara | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | İbrahim Çutcu | Hasan Kalyoncu University |
| PhD. Faculty Member | İbrahim Taha Dursun | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | İsmail Elagöz | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | İsmail Seki | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Jana Ilieva | The University Of Tourism And Management in Skopje, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Kenan Göçer | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Kumru Uyar | Nuh Naci Yazgan University |
| PhD. Faculty Member | Levent Şahin | Çankırı Karatekin University |
| PhD. Faculty Member | Leyla İçerli | Aksaray University |
| PhD. Faculty Member | Ljubisa Stefanoski | International Balkan University, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Mehmet Zeki Ak | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Mihriban Cindiloğlu | Hitit University |
| PhD. Faculty Member | Monika Angeloska-Dichovska | University St. Kliment Ohridski Bitola, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Mustafa Koçancı | Akdeniz University |
| PhD. Faculty Member | Mustafa Yılmaz | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Müslüm Polat | Bingöl University |
| PhD. Faculty Member | Nadeem Talib | National University Of Modern Languages Islamabad, Pakistan |
| PhD. Faculty Member | Natalija Shikova | International Balkan University, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Natasha Ristovska | The University Of Tourism And Management in Skopje, Macedonia |
| PhD. Faculty Member | Nevzat Tetik | İnönü University |

| | | |
|---------------------|---------------------|-------------------------------------|
| PhD. Faculty Member | Niilay Köleoğlu | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Noyan Aydin | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Nurcan Süklüm | Hitit University |
| PhD. Faculty Member | Nürettin Akçakale | Abant İzzet Baysal University |
| PhD. Faculty Member | Oğuz Kara | Düzce University |
| PhD. Faculty Member | Oktay Kızılkaya | Ahi Evran University |
| PhD. Faculty Member | Omar Khalid Bhatti | Iqra University, Pakistan |
| PhD. Faculty Member | Onur Şaylan | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Özer Özçelik | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Özgür Topkaya | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Özlem Balaban | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Resül Yazıcı | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | Rüya Ataklı Yavuz | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Satyanarayan Kothe | University Of Mumbai, India |
| PhD. Faculty Member | Seçil Öztürk | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| PhD. Faculty Member | Sedat Durmuşkaya | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Selim Gündüz | Adana Bilim ve Teknoloji University |
| PhD. Faculty Member | Serdar Orhan | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Serdar Orhan | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Sevim Akgül | Bayburt University |
| PhD. Faculty Member | Sonyel Oflazoğlu | Mustafa Kemal University |
| PhD. Faculty Member | Suhail/Ghouse | Dhofar University |
| PhD. Faculty Member | Süleyman Emre Özcan | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Süreyya Karsu | Abant İzzet Baysal University |
| PhD. Faculty Member | Şaduman Yıldız | Bayburt University |
| PhD. Faculty Member | Şerife Önder | Dumlupınar University |
| PhD. Faculty Member | Şükrü Cicioğlu | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Şükrü İnan | İnönü University |
| PhD. Faculty Member | Tahir Benli | Kastamonu University |
| PhD. Faculty Member | Tarık Semiz | Bilecik Şeyh Edebali University |
| PhD. Faculty Member | Umar Hayat | University Of Swat |
| PhD. Faculty Member | Umut Sanem Çitçi | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Unzule Kurt | Çanakkale Onsekiz Mart Universitesi |

| | | |
|---------------------|--------------------------|---|
| PhD. Faculty Member | Vesna Stanković Pejnović | Institute for Political Studies, Belgrade, Serbia |
| PhD. Faculty Member | Volkan İşik | Aksaray University |
| PhD. Faculty Member | Yıldırım Turan | Sakarya University |
| PhD. Faculty Member | Yıldırım Yıldırım | Düzce University |
| PhD. Faculty Member | Yunus Emre Birol | Cumhuriyet University |
| PhD. Faculty Member | Zehra Doğan Çalışkan | Abant İzzet Baysal University |
| Lect. Phd | Aktolkın Abubakirova | Ahmet Yesevi Universitesi |
| Lect. Phd | Ali Çağrı Buran | Dumlupınar University |
| Assoc.Pfot. DR. | Biljana Chavkoska | International Balkan University, Macedonia |
| Lect. Phd | Denisa Mamillo | European University Of Tirana, Albania |
| Lect. Phd | Dinuca Elena Claudia | Titu Maiorescu University Bucharest, Romania |
| Lect. Phd | Emine Balcı | Sakarya University |
| Lect. Phd | Ertila Druga | European University Of Tirana, Albania |
| Lect. Phd | Fatma Uzunses | Bilecik Şeyh Edebali University |
| Lect. Phd | Gökhan Kerse | Aksaray University |
| Lect. Phd | Ilir Rexhepi | Kosovo Management Institute, Kosova |
| Lect. Phd | Ledina Hoxha | Europian University Of Tirana, Albania |
| Lect. Phd | Madalina-Teodora Andrei | Spiru Haret University, Bucharest, Romania |
| Lect. Phd | Mükerrem Oral | Akdeniz University |
| Lect. Phd | Rukiye Sönmez | Çanakkale Onsekiz Mart University |
| Lect. Phd | Safiye Süreyya Bengül | Dumlupınar University |
| Lect. Phd | Vildan Saba Aktop | Afyon Kocatepe University |

Yazlıkların hukuki ve bilimsel sorumluluğu yazarlara aittir. / The legal and scientific responsibility of the manuscripts belongs to the authors.

Türkiye Cumhuriyeti, Yüksek Öğretim Kurulu “Uluslararası Kongre” kriterini sağlamaktadır. I. InTraders Uluslararası Ticaret Kongresi’ne 10-11-12 Mayıs 2018’de 10 farklı ülkeden (Polonya, Yunanistan, Romanya, Makedonya, Kosova, Kırgızistan, Kazakistan, Pakistan, Endonezya ve Kongo Cumhuriyeti) katılım sağlanmıştır.

Appreciation

I am gratified to have the honor to put forward the vote of thanks to all the Congressional Coordinators, Congressional Committees, Writers and Authors who provided the intensive work performnace for the Congress under the academic presidency of Sakarya University, Kaynarca School of Applied Sciences, Turkey.

First of all, i would like to convey my special thanks to the honorable Director of School, Chairman of Conference Assoc. Prof. Dr. İrfan Haşlak, International Trade and Logistics Department and the Director, Co-Chairman of Conference PhD. Faculty Member Mustafa Yılmaz for their great support and presidency.

In 2016, the preparations for the InTraders Academic Platform began. Firstly, the trademark registration process was completed, then established International and Scientific Board in which about 50 foreigners and 180 locals were taken on board. In this process, several universities and academicians from Macedonia, Kosovo, and Romania visited in October 2017, Turkey. On March 19-23, 2018, the Romania universities were visited and the partnership was signed with the University of Craiova for the The Second InTraders International Conference on International Trade which will be held on 4-5-6 October 2018. The UCP Business School with many universities along with academicians from the city of Lahore, Pakistan visited our University during the time period from March 24 to April 2, 2018.

On March 27, 2018, UCP organized a Student Presentation Contest on behalf of InTraders, that was the first activity performed by Scientific Broad. It was proud to organize a Contest on behalf of the Congress. I would like to thank the UCP Business School Directors and Students for this successful Contest. I want to coney my special thanks to Dr. Salman Iqbal, Dr. Huma Khan, Researcher Mamoon Rasheed and UCP Business School students.

I express heartfelt thanks to the Conference Partner from Intrenational Balkan University, Macedonia for their participation in the congress, Dear Pro-Rector Ass. Prof. Dr. Şener Bilalli who honored us by his prestigious presence, and the Treasure Academicians for their participation. On behalf of the Second Congress Partner West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Poland, I would

like to express my sincere thanks to Dear Rector Supervisor Ass. Prof. Dr. Joanna HERNIK and treasure academicians for their participation.

The Congress is scheduled for 3 days in which first two days allocated for presentations and the third day planned for Picnic and Gala. The followed day after gala night; Istanbul program is planned. Istanbul special program is planned for 2-3 nights in which some places priorly planned to visit like bosphorus touri Taksim, İstikla street, Old İstanbul, Miniaturk, Galata Tower. On the May-2018 conference, Istanbul Program was celebrated with 8 people and 4 people join but little late. Almost 12 people got the chance to see a bit of İstanbul's beauty. Furthermore, the same Istanbul special program is planned to follow with the same pattern for 2-3 nights after the Conference.

According to the criteria of Conference Board, only English papers got the chance for Best Paper Awards. In our first conference, we celebrated the best papers winners; from Macedonia, International Balkan University, Ph.D. Liza Alili SULEJMANI, from Romania, University of Craiova Ph.D. Irina Raluca BADEA, from Pakistan, Lahore College for Women University, Lect. Sobia Sultana, Lect. ShaistaJabeen and from Pakistan, UCP Business School Research Ass. Mamoon Rasheed, Ass. Prof. Dr. Salman Iqbal, Muhammad Abdullah. We wish the celebration of this award gives you a pleasant and unforgettable memory in your life.

In addition, especially in the process of Congress formation, the Secretariat and the Student Team did unforgettable effort which is really hard to fade out. Thank you for your great work dear friends. Last but not the least, my little motivators Emre and Yunus ÇAPRAZ, you are great....

In upcoming October Conference, 4-5-6 October 2018 almost 60% articles will be presented by International Institutes and Universities. A beautiful congress which carries more than international congress criteria is waiting for all of you.

Wish to meet you all in this new international corridor in form of Conferences...

Kürsat ÇAPRAZ

Director of Intraders Academic Platform

www.intraders.org

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

| | |
|---|------------|
| Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü Öğrencilerinin Bölüm Seçmelerindeki Üniversite Faktörleri ve Kişisel Nedenler: Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği..... | 23 |
| <i>Dr. Öğr. Üyesi Emrah TOKGÖZ.....</i> | <i>23</i> |
| Türkiye-Avrupa Birliği Ticari İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme | 44 |
| <i>Ali Riza SANDALCILAR</i> | <i>44</i> |
| <i>Tunahan HACIİMAMOĞLU.....</i> | <i>44</i> |
| Peripheral Regions In The Global Economy On The Example Of The Western Border Of Poland..... | 55 |
| <i>Arkadiusz Malkowski, Ph.D.</i> | <i>55</i> |
| Happiness in Elderly Living in Nursing Home: a Single Case Study..... | 71 |
| <i>Vitriyanti Sukarno Karyo</i> | <i>71</i> |
| Transfer prices in the context of globalization..... | 80 |
| <i>Andreea- Lavinia Cazacu (Neamtu)</i> | <i>80</i> |
| Investigating the Relationship of Ethical Climate and Counterproductive Behavior with Moderating Effect of Top Management Support: Evidence from Textile Manufacturing Sector of Lahore, Pakistan..... | 93 |
| <i>Shaista Jabeen1, Sobia Sultana.....</i> | <i>93</i> |
| AĞ VE NEDENSELLİK ANALİZİ ÇERÇEVESİNDE GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE İHRACATA YÖNELİK BüYÜME HİPOTEZİNİN GEÇERLİLİĞİ..... | 107 |
| <i>Reyhan CAFRI.....</i> | <i>107</i> |
| Financial Reporting Standards of Revenue for Large and Medium-sized Enterprises; Review of Turkey and Somalia..... | 125 |
| <i>Dr. Gökhān Baral</i> | <i>125</i> |
| <i>Ahmed M. Ali</i> | <i>125</i> |

| | |
|--|-----|
| ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE İŞ ARKADAŞLARI VE YÖNETİCİNİN ETKİSİNİN KARŞILAŞTIRILMALI OLARAK İNCELENMESİ..... | 137 |
| <i>Doç. Dr. Öznur BOZKURT.....</i> | 137 |
| <i>Armağan ERCAN</i> | 137 |
| DENİZLİ ÇARDAK HAVAALANI KARGO TERMINALİ GEREKLİLİĞİ.... | 158 |
| <i>Aydın SARI*, Ertürk ALPTEKİN** Hakan DEMİR***</i> | 158 |
| Photography as a key element in tracking message to targeted customer groups..... | 172 |
| <i>Prof.Ass.Dr. Shaip Bytyçi</i> | 172 |
| <i>Ermira Bytyçi</i> | 172 |
| The Relationship Between Brexit And Turkey: How Brexit Will Affect Turkey's International Trade | 181 |
| <i>Gerardo Cárdenas Blanco</i> | 181 |
| Türkiye'nin Sağlık Politikaları ve Sağlık Harcamaları ile Ekonomik Büyüme İlişkisi | 197 |
| <i>Hilal Gündoğan,Celal Alpdoğan</i> | 197 |
| TÜKETİCİLERİN TİBBİ VE AROMATİK BİTKİLERİN TÜKETİM VE PAZARLANMASINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİ BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI..... | 210 |
| <i>Ahmet ÜNAL*, Yıldırım YILDIRIM</i> | 210 |
| Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri ve Alışveriş Merkezlerinden Bekledikleri Özellikler Onların Alışverişe Yönelik Tutum ve Davranışlarına Göre Değişiyor mu? Düzce İli Krem Park Örneği..... | 226 |
| <i>Yıldırım YILDIRIM,Aziz YURTTAŞ</i> | 226 |
| KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE FİNANSAL OLМАYAN RAPORLAMA SİSTEMİ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ | 256 |
| <i>Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA</i> | 256 |
| <i>Öğr. Gör. İrfan YURT</i> | 256 |
| TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE VE SEBZE İHRACATININ GELİŞİMİNDE BEKLENTİLER VE SORUNLAR: FİNİKE BÖLGESİ ÖRNEĞİ | 231 |
| <i>Hakan TUNÇ.....</i> | 276 |

| | |
|--|-----|
| ARZ VE TALEP KAYNAKLARI AÇISINDAN TÜRKİYE'DE ALTIN | 241 |
| <i>Şükrü CİCİOĞLU</i> | 287 |
| <i>Büşra ERARSLAN</i> | 287 |
| International Exchange as a Factor in the Development of Border Regions | 307 |
| <i>Prof. Ass. Agnieszka Malkowska, PhD.....</i> | 307 |
| EMPIRICAL ANALYSIS OF CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN FDI AND TRADE: CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA..... | 323 |
| <i>LULJETA SADIKU, PhD.....</i> | 323 |
| <i>SNEZANA BILIC, PhD</i> | 323 |
| <i>LIZA ALILI SULEJMANI, PhD</i> | 323 |
| FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARININ KİLOMETRE TAŞLARI.... | 337 |
| <i>Doç. Dr. Bilge Leyli ELİTAŞ, Alp AY</i> | 337 |
| Phases in the decision making process of buying cosmetics products – A case study for Macedonian cosmetic brand Bicutan and German cosmetic brand Nivea | 364 |
| <i>Fani Mateska</i> | 364 |
| FREEDOM OF MOVEMENT OF GOODS IN EU INTERNAL MARKET WITH SPECIAL REFERENCE ON THE GOODS FROM THIRD COUNTRIES | 380 |
| <i>Assoc. Prof. Dr. Biljana Chavkoska.....</i> | 380 |
| THE INFORMATION SYSTEM TO ASSIST THE DECISION ON ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONTEXT OF THE USE OF DATA DEPOSITS..... | 391 |
| Lojistik Sektöründe Farklı Bir Uygulama: Butik Lojistik | 405 |
| <i>Doç. Dr. Fahri ERENEL, Halit KAYA</i> | 405 |
| Savunma Tedarik Projelerinde Program Yönetimi Yaklaşımının Uygulanabilirliği..... | 413 |
| <i>Özhan EREN, Doç. Dr.Fahri ERENEL</i> | 413 |
| SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME BAŞARISINDA MUHASEBE DENETİMİNİN ROLÜ | 433 |
| <i>Dr.Öğr. Üyesi Gökhan BARAL, Onur KAYA</i> | 433 |
| The China Pakistan Economic Corridor (CPEC): TRADE ANALYSIS | 444 |
| <i>Shiza Tahir, Faiqa Shahbaz, Khadija Pervaiz.....</i> | 444 |

| | |
|---|-----|
| EKONOMİK BüYÜME VE TARIMSAL BüYÜME ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİ: TÜRKİYE VE HOLLANDA İÇİN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ..... | 462 |
| <i>Mehmet ÇINAR, Eda PALYOŞ.....</i> | 462 |
| TÜRKİYE'NİN BüYÜME ORANININ KLASİK AYRıSTıRMA YÖNTEMİYLE TAHMİN EDİLMESİ | 483 |
| <i>Arş.Gör. Tunahan HACıİMAMOĞLU.....</i> | 483 |
| <i>Doç.Dr. Ali Rıza SANDALCıLAR.....</i> | 483 |
| NEXUS BETWEEN TRADE OPPENESS, FDI AND ECONOMIC GROWTH IN..... | 500 |
| REPUBLIC OF MACEDONIA: VECM approach | 500 |
| <i>LIZA ALILI SULEJMANI, PhD</i> | 500 |
| <i>AFRIM ALILI, PhD.....</i> | 500 |
| Factors that Affected Collaborative Governance in Spatial Planning of Depok Cit | 514 |
| <i>David Saputra, Irfan Ridwan Maksum</i> | 514 |
| USING DIFFERENT VERSIONS OF ERP FOR COMPANY BUSINESS NEEDS..... | 533 |
| <i>Lecturer Phd. Dinucă Elena Claudia.....</i> | 533 |
| Devletin Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Küreselleşme ve Siyasi Partiler | 545 |
| <i>Dr. Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE.....</i> | 545 |
| EKONOMIDE İTİCİ BİR GÜC OLARAK E-TİCARET..... | 557 |
| <i>Doç. Dr. Sema AY.....</i> | 557 |
| <i>Doç. Dr. Hilal YILDIRIR KESER</i> | 557 |
| <i>Öğr. Gör. Muhammed Fatih AYDEMİR.....</i> | 557 |

Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü Öğrencilerinin Bölüm Seçmelerindeki Üniversite Faktörleri ve Kişisel Nedenler: Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Emrah TOKGÖZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü
(emrahtokgoz@comu.edu.tr)

Özet

Günümüz dünyasında rekabet her alanda olduğu gibi yükseköğretim alanında da devam etmektedir. Rekabette avantaj sağlamak için üniversitelerin, müşterisi olan öğrencilerin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörlerini ve kişisel nedenleri bilmeleri yararlı olabilir. Araştırmanın amacı, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü öğrencilerinin, bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ve kişisel nedenlerinin önem sıralamasını belirleyerek, demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırma evrenini, 2017–2018 öğretim yılı güz döneminde, bölümü kazanarak kayıt yaptıran 44 öğrenci oluşturmaktadır. Sonuçlara göre öğrencilerin, üniversite tercihinde en fazla dikkate aldığı faktörler sırasıyla; (1) öğrencilere sunulan eğitim ve sosyal imkânlar, (2) akademik saygınlık, (3) üniversite hakkında bilgi edinme kaynakları, (4) ekonomik göstergeler, (5) coğrafi konum ve (6) kampüs olanakları şeklinde isimlendirilen altı faktörden oluşmaktadır. Üniversite faktörlerinin demografik açıdan fark oluşturmadığı anlaşılmıştır. Öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan, on altı kişisel nedenin sıralamasına bakıldığından ilk üç sırada; (1) iyi bir kazanç sağlayabileceğini düşünmek, (2) meslekte yükselme olanaklarının fazla olması ve (3) gelecekle ilgili amaçlarına uygun olması yer almaktadır. Ayrıca, öğrencilerin üniversite seçimindeki faktörler ve kişisel nedenleri arasındaki ilişki korelasyon analizi ile incelenmiştir. Sonuçlara göre, on altı kişisel nedenden on bir tanesinin üniversitenin akademik saygınlık faktörüyle anlamlı ve olumlu yönde ilişki içinde olduğu, diğer faktörlerin; imkân, bilgi, konum, ekonomi ve kampüs şeklinde sıralandığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Faktörleri, Bölüm Seçimi, Kişisel Nedenler, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü.

JEL Kod: A22, I21

University Factors and Personal Causes in Program Selection of Students in the Department of International Trade and Business: Case of Çan Applied Science School

Abstract

In today's world, competition is continuing in the field of higher education as it is in every other area. In order to gain a competitive advantage, it may be beneficial for universities to know that the university factors and personal causes for the departmental selection of students. The aim of the research is to determine the importance of the university factors and personal causes in the department of Çan Applied Science College, International Trade and Business students and to reveal differences of demographic factors. The research universe is the 44 students enrolled in the fall semester of 2017-2018. As a result of the study, it was determined that the factors mostly considered for university choice by students are (1) educational and social facilities offered to students, (2) academic reputation, (3) sources that information is taken about university, (4) economic indicators, (5) geographical location of university and (6) campus facilities. The first three ranks of the sixteen personal causes that are effective in the student's program selection are (1) thinking of making a good income, (2) more opportunities for promotion in the profession and (3) fit for future purposes. Further the correlations between the university factors and the personal causes of the students were examined by a correlation analysis. According to the results, there are significant and positive correlations between university academic reputation factor and eleven personal causes, and the other variables are facilities, information, location, economy and campus respectively.

Keywords: University Factors, Program Selection, Personal Causes, International Trade and Business Program.

JEL Codes: A22, I21

1. Giriş

Günümüz dünyasında rekabet her alanda olduğu gibi yükseköğretim alanında da küreselleşmeye devam etmektedir. Söz konusu rekabet ulusal, uluslararası, devlet veya vakıf üniversiteleri için aynı derecede hissedilmektedir. Böyle bir çevrede, üniversiteler sürekli olarak kendilerini eğitsel ve yönetsel açıdan yenileme çabası içine girmiştir (Ekinci ve Burgaz, 2007:120). Bu noktada yükseköğretim kurumları, performanslarını ölçmek ve beklenileri yerine getirebilmek için müsterisi

olan öğrencilerin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörlerini ve kişisel nedenleri bilmek zorundadır. Bu konularda yapılacak araştırmaların bulguları, üniversitelerin kendilerine amaç, hedef, misyon veya vizyon belirlemeye öneriler verebilir.

Yükseköğretime başlayacak öğrenciler için bölüm ve üniversite seçmek kolay bir süreç değildir. Bu iki seçimi etkileyen oldukça fazla faktörden söz edilebilir. Söz konusu faktörler içerisinde en temel olanlardan birincisi kişisel nedenler diğeri ise üniversitede ilgili özellikler olarak gruplandırmak mümkün olabilir. Yaşadığımız dünya hızla değişmektedir. Öğrenciler kendilerini bu değişime ayak uydurmak zorunda hissettiklerinden, kişisel gelişimlerini sağlayabilecek eğitim-öğretim süreçlerinden yararlanmak istemektedir (Deniz, 2001:1).

Yükseköğretimde bölüm seçimi, öğrenciler için meslek seçimi anlamına da gelmektedir. Sahip oldukları meslekleriyle hayatları boyunca bir kazanç elde edecek ve elde ettikleri bu kazançlar çerçevesinde yaşamalarını südüreceklerdir. Seçilen meslek, kişilerin kendilerini ifade etme yolu olarak algılanırken, aynı zamanda hayatlarında uzun zaman alacağından, yaşam boyu verilen en önemli kararlardan birisi olarak da ifade edilebilir. Alanyazında, meslek seçimini etkileyen faktörler incelendiğinde, önem sıraları değişse de, sonuçların birbiriyle benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır (Köroğlu, 2014:140). Günümüzde meslek seçiminin giderek önem kazanması, meslek seçimini belirleyen faktörlerin de giderek önem kazanmasına neden olmaktadır (Korkut-Owen vd., 2012:135). Nispeten yeni sayılabilen uluslararası ticaret ve işletmecilik bölümünü tercih eden öğrencilerin, üniversite tercihlerini yaparken hangi faktörleri göz önüne aldıları ve kişisel nedenlerinin neler olduğunu bilmek önem kazanmaktadır.

Araştırmanın amacı, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü öğrencilerinin, bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ve kişisel nedenlerinin önem sıralamasını belirleyerek; cinsiyetleri, mezun oldukları lisnenin türü, anne ve babalarının eğitim seviyeleri, ailelerinin gelirleri ve geldikleri coğrafi bölge gibi demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Öğrencilerin Bölüm Seçmelerindeki Üniversite Faktörleri

Üniversite seçimini etkileyen faktörler genel olarak; yaşı, itibarı, rekabet gücü, markası, personelin kalitesi, eğitim ve öğretim kalitesi ve çeşitliliği, iş ve eğitimi

birleştirme olasılıkları, yabancı üniversitelerle değişim programları, bilimsel araştırmalarının kalitesi, çeşitlilik, yenilikçi yönetim anlayışı veya yurtdışına kredi transferi olanakları şeklinde sıralanabilir (Tavares vd., 2008; Pampaloni, 2010; Maniu ve Maniu, 2014). Alanyazında, öğrencilerin üniversite seçim kararlarını etkileyebilecek ekonomik, sosyolojik, karma ve pazarlama yaklaşımıyla incelediği gibi bu süreçte etkili olduğu düşünülen çok farklı faktörlerin de araştırma konusu olarak ele alındığı görülmektedir (Aydın, 2015).

Öğrencilerin üniversite tercihlerinde dikkate aldıkları konulardan birisi eğitim ve sosyal imkânlardır (Soutar ve Turner, 2002). Bu imkânlar, üniversitenin mezunlarına kariyer merkezleri yardımıyla okul içi veya dışında iş bulması, uluslararası geçerli diploma eki almak, öğrenimleri boyunca staj imkânı sağlama veya yurtdışından öğrenci değişimi şeklinde sıralanabilir. Diğer bir üniversite faktörü akademik saygınlıktır. Öğrencilerin akademik hizmetlerden bekłentilerinin her zaman yüksek olduğu yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur (Ekinci ve Burgaz, 2007). Özellikle köklü ve oturmuş bir eğitim sistemi olan üniversitelerin öğretim kalitesi, markası veya toplum içindeki olumlu imajı akademik saygınlığı da beraberinde getirmektedir. Akademik olarak saygın üniversiteden mezun olan öğrenciler iş bulma konusunda da başarılı olabilmektedir (Ancheh, Krishnan ve Nurtjahja, 2007). Üniversite hakkında bilgi edinme kaynakları da seçimi etkileyen faktörler arasında sayılabilir. Moogan ve Baron (2003) araştırmalarında öğrencilerin tercih edecekleri üniversiteler hakkında bilgiyi arkadaşları, aileleri veya okullarındaki danışmanları gibi çeşitli kaynaklardan edindiklerini ortaya koymuşlardır. Sözü edilen sosyal gruplardan elde edilen bilgilerin sınırlı veya eksik olabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, üniversiteler hakkında bilgi edinmenin en iyi ve en doğru yolu, internet adreslerini kullanmaktır (Briggs ve Wilson, 2007).

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ekonomik göstergelerin üniversite seçiminde önemli bir faktör olduğu düşünülebilir. Ekonomik koşullar faktörünü değerlendirirken sadece üniversitede okumak için verilen harç ve aidatlar düşünlmemeli. Ulaşım ve barınma gibi gider kalemleri, özellikle büyük ve turistik şehirlerde oldukça maliyetli olabilir (Ming, 2010). Eğitim ve sosyal imkânlar veya ekonomik göstergeler gibi üniversite seçimini etkileyen çeşitli faktörleri araştırma konusu yapan araştırmacılar, coğrafi konumun da belirleyici olabileceğini araştırmalarında ortaya koymuştur (Soutar ve Turner, 2002; Moogan ve Baron, 2003; Briggs ve Wilson, 2007; Ming, 2010). Özellikle üniversitenin bulunduğu şehrin, öğrencinin ailesine yakın veya aynı şehirde olması, mezuniyet sonrası

aynı şehirde iş imkânı veya şehrin yaşınlır olduğunu düşünmek gibi konular coğrafi konum faktörü altında incelenebilir. Araştırmada incelenenek son üniversite faktörü kampüs olanaklarıdır. Kampüs olanakları denilince genellikle; kütüphaneler, binalar, eğlence ve spor merkezleri, kantin, yurt, pansion, şehrre yakınlık, bilişim teknolojilerinin varlığı veya güvenlik gibi konular gelmektedir (Soutar ve Turner, 2002).

2.2. Öğrencilerin Bölüm Seçmelerindeki Kişisel Nedenler

Öğrenciler bölümlerini seçerken mesleklerini de seçmektedir. Türk Dil Kurumuna göre meslek, “belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” (TDK, İnternet Erişimi) şeklinde tanımlanmıştır. Geçen yıllar içinde, teknolojinin gelişmesiyle yeni meslekler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu durum beraberinde uzman işgörenler gerektirmekte ve üniversitelerde yeni bölümlerin açılmasına olan ihtiyacın da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, öğrencilerin bölüm seçimlerini etkileyen kişisel faktörlerin üzerinde durulması giderek önem kazanmaktadır. Ülkemizde bu konuda yapılan araştırmalar kronolojik olarak aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

Arslan (2002) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada; meslek seçiminde, kar elde etme, bağımsız çalışma ve kişisel tatminin en önemli üç faktör olduğunu, diğer taraftan cinsiyetin meslek seçiminde önemli bir faktör olmadığı ortaya koymuştur. Ayık, Özdemir ve Yavuz (2007) araştırmalarında, üniversite öğrencilerinin geldikleri lise türünün kazanılan fakülte ile ilişkisi üzerine yaptığı araştırmada; fen lisesi mezunlarının dış, tıp ve eczacılık fakültelerinde yoğunluğu, genel lise mezunlarının ise fen-edebiyat, eğitim ve iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde yoğunlaştıklarını ve meslek lisesi mezunlarının ziraat fakültesinde yoğunlaştığını belirlemiştir. Dinç (2008), Karadeniz Bölgesinde Meslek Yüksek Okulları üzerinde yaptığı araştırmada, öğrencilerin meslek seçimlerinde; yüksek kazanç, kariyer, bilgi ve beceri, tecrübe ve sosyal statü beklenilerinin olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmada ayrıca, aile ve eğitim çevresinin meslek seçiminde etkili olmadığı sonucuna varılmıştır. Sarıkaya ve Khorshid (2009) araştırmalarında öğrencilerin, aldığı puanın, puan türünün, tercih sırasının, aile eğitimlerinin veya mesleğin özelliklerinin bölüm seçiminde etkili faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Başkalarının önerileri veya umutsuzluk yaşayan öğrencilerin bölmelerini en son sıralardan tercih ettikleri belirlenmiştir. Tunç, Akansel ve Özdemir

(2010) araştırmalarında, cinsiyet ile bölüm seçimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını ortaya koymuşlardır.

Özsoy vd. (2010) öğretmen adaylarının meslek olarak öğretmenliği seçmesini etkileyen faktörleri sırasıyla; bilinç, güvence ve idealler olarak belirlemiştir. Tataroğlu, Özgen ve Alkan (2011) matematik öğretmenliği adaylarının bölümlerini sezerken, ilgi ve sevginin veya öğretmenliği en uygun meslek olarak düşünmelerinin neden olduğunu ortaya koymuştur. Korkut-Owen (2012) yaptığı araştırmada; öğrencilerin okuduğu bölüm seçme nedenlerinin, bölüme duyulan ilgi, puanın bu bölüme yetmesi, kişilik özellikleri ve iş bulma olasılığı gibi kişisel nedenlerin yer aldığı ortaya koymuştur. Ayrıca araştırmada sosyal ve şans faktörleri en düşük nedeler olarak sıralanmaktadır. Erol, Yergin ve Mercan (2012) iki farklı fakültede öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmada, bölümlerin tercih edilme nedenleri arasında en yüksek ortalamanın “isteyerek tercih ettim” seçeneğine ait olduğunu belirlemiştirlerdir. Akbayır (2013) yaptığı araştırmada; kız çocukların anaokulu öğretmenliğini tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Genel olarak öğretmenlik mesleğini seçen öğrencilerin ailelerinin eğitim seviyelerinin düşük ve gelir seviyelerinin orta olduğunu belirlemiştir. Çelik ve Üzmez (2014) ön lisans öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada; yeteneklerine uygun ve iş avantajının yüksek olduğunu düşündükleri bölümleri bilinçli olarak tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Köroğlu (2014) turizm rehberliği bölümünde okuyan öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmada, kişilik özellikleriyle meslek seçimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

2.3. Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü

Türkiye'de vakıf ve devlet üniversitelerinde uluslararası ticaret ve işletmecilik (veya uluslararası işletmecilik ve ticaret) bölümleri bulunmaktadır. Bölümlerin devlet üniversitelere göre dağılımı Tablo 1'de verilmiştir (<https://yokatlas.yok.gov.tr/>). Yıllar içinde söz konusu bölüm sayısının giderek çoğalduğu görülmektedir. Kamu üniversitesinin isimleri Tablo 1'de verilirken, vakıf üniversitelerin isimleri reklam olması nedeniyle verilmemiştir. Devlet üniversitelerinin sayısı toplamda 8'dir. Bunların içinden 3 tanesinin eğitim dili İngilizce, 5 tanesinin Türkçedir ve 3 tanesinde ikinci öğretim programı bulunmaktadır.

Uluslararası ticaret ve işletmecilik bölümü bulunan vakıf üniversitelerinin sayısı 14 olarak belirlenmiştir. Devlet üniversitelerinden farklı olarak, vakıf üniversitelerinde; % 25, % 50, tam burslu, eğitim dili Türkçe ve İngilizce olmak üzere farklı seçeneklerde bölümlerin olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü Açılmış Devlet Üniversiteleri

| Üniversite Adı | N. Ö. | İ.Ö. | EDT | EDİ |
|--|-------|------|-----|-----|
| 1. Adnan Menderes Üniversitesi (Aydın) | X | X | X | - |
| 2. Bülent Ecevit Üniversitesi (Zonguldak) | X | X | X | - |
| 3. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (Çan) | X | - | X | - |
| 4. Selçuk Üniversitesi (Konya) | X | X | X | - |
| 5. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi | X | - | - | X |
| 6. İnönü Üniversitesi (Malatya) | X | - | - | X |
| 7. Dokuz Eylül Üniversitesi (İzmir)* | X | - | - | X |
| 8. Uludağ Üniversitesi (Bursa)* | X | - | X | - |

N. Ö.: Normal Öğretim; İ. Ö.: İlkinci Öğretim
 EDT: Eğitim Dili Türkçe; EDİ: Eğitim Dili İngilizce
 * Bölümün adı “Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret”

Kaynak: 2017 ÖSYM Merkezi Yerleştirmeyle Öğrenci Alan Yükseköğretim Lisans Programları

3. Yöntem

Araştırma evrenini, 2017–2018 öğretim yılı güz döneminde, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümünü kazanarak kayıt yaptıran öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında hedef evrenin tümüne ulaşılması amaçlandığından, tam sayıم örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Kozak, 2015:116). Alanyazından yararlanarak, Akar (2012) tarafından oluşturulmuş, geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmış, altı boyutlu üniversite seçim ölçeği ve Korkut-Owen ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen, on altı farklı kişisel faktörden oluşan anketlerden yararlanılarak, bölüme kayıt olan 44 öğrenciden veriler toplanmıştır.

4. Araştırma Bulguları

Tablo 2'de görüldüğü gibi katılımcıların, % 57'si erkek, % 52'si Anadolu lisesi mezunu, % 60'ının babası ilköğretim mezunu, % 87'sinin annesi ilköğretim mezunu, % 36'sının ailesinin aylık geliri 2001-3000 TL arasında, % 59'u Marmara bölgесinden gelmiştir, % 82'si özel yurt/pansiyonda kalmakta ve % 33'ü bölümü 1. sıradan tercih etmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı (N=44)

| Demografik Özellikler | Frekans | Yüzde % | Demografik Özellikler | Frekans | Yüzde % |
|-------------------------------|---------|---------|---------------------------------|---------|---------|
| Mezun Olunan Lise | | | Cinsiyet | | |
| Genel | 6 | % 14 | Erkek | 25 | % 57 |
| Meslek | 15 | % 34 | Kadın | 19 | % 43 |
| Anadolu | 23 | % 52 | Anne Eğitim Düzeyi | | |
| Baba Eğitim Düzeyi | | | İlköğretim | 38 | % 87 |
| İlköğretim | 26 | % 60 | Lise | 4 | % 9 |
| Lise | 14 | % 33 | Ön Lisans | 1 | % 2 |
| Ön Lisans | 1 | % 2 | Lisans | 1 | % 2 |
| Lisans | 2 | % 3 | Geldiğiniz Coğrafi Bölge | | |
| Lisansüstü | 1 | % 2 | Marmara | 26 | % 59 |
| Ailenizin Aylık Geliri | | | Ege | 10 | % 23 |
| 1000TL'den az | 3 | % 6 | Karadeniz | 2 | % 5 |
| 1001-2000TL | 14 | % 30 | İç Anadolu | 6 | % 13 |
| 2001-3000TL | 17 | % 36 | | | |
| 3001-4000TL | 4 | % 8 | | | |
| 4001-5000TL | 3 | % 5 | Bölüm Tercih Sıralaması | | |
| 5001-6000TL | 1 | % 2 | 1. sırada | 14 | % 33 |
| 6001TL üstü | 7 | % 13 | 2. sırada | 8 | % 19 |
| İkamet Edilen Yer | | | 3. sırada | 8 | % 19 |
| Öğrenci Evi | 4 | % 9 | 4. sırada | 2 | % 3 |
| Aile Yanında | 4 | % 9 | 5. sırada | 2 | % 3 |
| Özel Yurt/Pansiyon | 36 | % 82 | 6 ve daha yukarıda | 10 | % 23 |

Öğrencilerin üniversite seçimlerinde etkili olan nedenlerle ilgili ifadelere verdikleri puanların betimleyici istatistikleri Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Üniversite Seçimlerinde Etkili Olan Nedenlerle İlgili İfadelerle Verdikleri Puanların Betimleyici İstatistikleri

| | İfadeler | Ortalama* | Standart Sapma |
|-----------|--|-----------|----------------|
| SAYGINLIK | 1- Üniversitenin öğretim kalitesi tercihimde etkili olmuştur. | 3,50 | 1,87 |
| | 2- Üniversitenin marka olarak ismi tercihimde etkili olmuştur. | 4,40 | 2,04 |
| | 3- Toplumda algılanan akademik saygınlığı tercihimde etkili olmuştur. | 4,02 | 2,12 |
| | 4- Üniversitenin mezunlarının iş bulma imkânları tercihimde etkili olmuştur. | 3,84 | 2,01 |
| KONUM | 1- Üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı tercihimde etkili olmuştur. | 2,61 | 2,08 |
| | 2- Üniversitenin bulunduğu şehirden ailemin ikametgâhına ulaşım imkânları tercihimde etkili olmuştur. | 3,04 | 2,14 |
| | 3- Üniversitenin bulunduğu kentte mezuniyet sonrası iş olanaklarının çok olması tercihimde etkili olmuştur. | 3,09 | 2,00 |
| | 4- Üniversitenin bulunduğu kentin yaşanılır olduğunu düşünmem tercihimde etkili olmuştur. | 3,22 | 2,07 |
| KAMPÜS | 1- Üniversite kampüsünün fiziksel olanakları (bina, kütüphane, kantin vb..) tercihimde etkili olmuştur | 2,72 | 1,59 |
| | 2- Üniversite kampüsünün sosyal olanakları (eğlence, spor vb..) tercihimde etkili olmuştur. | 2,45 | 1,53 |
| | 3- Üniversite kampüsü içinde yurt, pansion vb. barınma olanaklarının bulunması tercihimde etkili olmuştur | 2,00 | 1,34 |
| | 4- Üniversite kampüsünün güvenli olması tercihimde etkili olmuştur. | 3,04 | 1,76 |
| | 5- Kampüsünün şehir merkezine yakınlığı tercihimde etkili olmuştur. | 2,13 | 1,57 |
| İMKAN | 1- Üniversitenin kariyer merkezi aracılığıyla mezunlarına iş bulmada yardımcı olması tercihimde etkili olmuştur. | 3,54 | 1,79 |
| | 2- Üniversitenin mezunlarına uluslararası geçerliliği olan diploma eki vermesi tercihimde etkili olmuştur. | 4,59 | 1,74 |
| | 3- Üniversitenin öğrencilere staj imkânı sağlaması tercihimde etkili olmuştur | 4,43 | 1,80 |
| | 4- Üniversitenin yurtdışındaki üniversitelerle öğrenci değişimi programlarının bulunması tercihimde etkili olmuştur. | 4,27 | 2,08 |

| | | | |
|---------|---|------|------|
| BİLGİ | 1- Arkadaşlarımın tavsiyeleri tercihimde etkili olmuştur | 2,59 | 1,89 |
| | 2- Lise veya dershanedeki öğretmenlerimin telkin ve tavsiyeleri tercihimde etkili olmuştur | 3,29 | 2,13 |
| | 3- Ailemin tavsiye ve telkinleri tercihimde etkili olmuştur. | 3,88 | 1,89 |
| | 4- Üniversite hakkında dergi, gazete veya internette okuduğum bilgiler tercihimde etkili olmuştur | 3,63 | 2,05 |
| | 5- Üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler tercihimde etkili olmuştur. | 3,86 | 2,07 |
| EKONOMİ | 1- Üniversitenin bulunduğu kentte ev kiralarının ucuz olması tercihimde etkili olmuştur. | 3,04 | 1,90 |
| | 2- Üniversitenin burs, yemek gibi ekonomik yardım sağlama tercihimde etkili olmuştur. | 3,22 | 1,95 |
| | 3- Üniversitenin bulunduğu kentin ekonomik olarak ucuz yaşam koşullarına sahip olması tercihimde etkili olmuştur. | 3,31 | 2,05 |

* Ankette 1-7 arası likert ölçüği kullanılmıştır.

Öğrencilerin üniversite seçimlerinde etkili olan nedenlerle ilgili ifadelere güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analizde, bilgi boyutuna ait 1 ve 2 numaraları ifadeler, bileşik güvenilirlik seviyesi düşük olması nedeniyle silinmiştir. Silinen ifadelere ölçekteń çıkarılarak yapılan güvenilirlik analiziyle, Cronbach Alfa katsayısının 0,90 ile güvenilirlik sınırları içinde bulunduğu görülmüştür (Alpar, 2013: 848).

Öğrencilerin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ölçüğinin yapı geçerliliği için faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analizde, saygınlık boyutuna ait 4 numaralı ifade, konum boyutuna ait 4 numaralı ifade ve bilgi boyutuna ait 3 numaralı ifade, farlı boyutlar altında toplandığı gereklüğüyle çıkarılmıştır. Çıkarılan ifadeler sonrasında, ölçüğün Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,66 ve Barlett Sphericity testi sonucu da anlamlıdır ($\chi^2=600,634$; $df= 190$; $p<0,000$). Her iki test sonucu öğrencilerin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ölçüğinin faktör analizi yapılmaya uygun olduğu görülmüştür. Faktör analizi sonucunda, özdegeri birden büyük 6 boyut belirlenmiştir. Belirlenen boyutlar toplam varyansın % 77'sini açıklamaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 194-204). Öğrencilerin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ölçüğine ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Bölüm Seçmelerindeki Üniversite Faktörleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları (n=44)

| Faktörler | Faktör Yükleri | Açıklanan Varyans |
|-----------|----------------|-------------------|
| Kampüs 3 | ,923 | 3,013 |
| Kampüs 2 | ,819 | |
| Kampüs 5 | ,642 | |
| Kampüs 1 | ,616 | |
| Kampüs 4 | ,584 | |
| İmkan3 | ,850 | 2,794 |
| İmkan2 | ,760 | |
| İmkan1 | ,679 | |
| İmkan4 | ,656 | |
| Sayınlık3 | ,893 | 2,684 |
| Sayınlık2 | ,860 | |
| Sayınlık1 | ,747 | |
| Konum1 | ,911 | 2,599 |
| Konum2 | ,835 | |
| Konum3 | ,588 | |
| Ekonomi3 | ,859 | 2,302 |
| Ekonomi1 | ,844 | |
| Ekonomi2 | ,621 | |
| Bilgi4 | ,920 | 2,143 |
| Bilgi5 | ,876 | |

Faktör Çıkarma Metodu: Temel bileşenler analizi;
Döndürme metodu: Varimax
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: % 66
Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 600,634; df.: 190; p<0,0001
Ölçeğin tamamı için güvenirlilik katsayısı: 0,90
Açıklanan toplam varyans: % 77,677;
Ölçek: 1- Kesinlikle Katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kısmen Katılmıyorum 4- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 5- Kısmen Katılıyorum 6- Katılıyorum 7- Kesinlikle Katılıyorum

Faktör analizi sonucunda, öğrencilerin üniversite seçim faktörlerine ait ortalama değerleri büyükten küçüğe doğru Tablo 5’de verilmiştir. Uluslararası ticaret ve işletmecilik bölümüne kayıt olan öğrencilerin, üniversite tercihinde en fazla dikkate aldığı faktörler sırasıyla; (1) öğrencilere sunulan eğitim ve sosyal imkânlar, (2) akademik saygınlık, (3) üniversite hakkında bilgi edinme kaynakları, (4) ekonomik göstergeler, (5) coğrafi konum ve (6) kampüs olanakları şeklinde isimlendirilen altı faktörden oluşmaktadır.

Tablo 5. Üniversite Seçim Faktörlerine Ait Betimleyici İstatistikler

| Değişken | Ortalama | Standart Sapma |
|---------------------------|----------|----------------|
| Eğitim ve Sosyal İmkanlar | 4,21 | 1,46 |
| Akademik Saygınlık | 3,97 | 1,80 |
| Bilgi Edinme Kaynakları | 3,75 | 1,96 |
| Ekonomik Göstergeler | 3,19 | 1,66 |
| Coğrafi Konum | 2,91 | 1,76 |
| Kampüs Olanakları | 2,47 | 1,25 |

Tablo 6. Üniversite Seçim Faktörlerinin Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

| | Cinsiyet | Sayı | Ortalama | Standart Sapma | t-değeri | Anlamlılık |
|-----------|----------|------|----------|----------------|----------|------------|
| Saygunluk | Erkek | 25 | 3,9200 | 1,54344 | ,30869 | ,038 |
| | Kız | 19 | 4,0526 | 2,13514 | ,48983 | |
| Konum | Erkek | 25 | 2,7200 | 1,65182 | ,33036 | ,186 |
| | Kız | 19 | 3,1754 | 1,92889 | ,44252 | |
| Kampüs | Erkek | 25 | 2,4480 | 1,20178 | ,24036 | ,151 |
| | Kız | 19 | 2,5053 | 1,35050 | ,30983 | |
| İmkân | Erkek | 25 | 4,3100 | 1,47246 | ,29449 | ,773 |
| | Kız | 19 | 4,0789 | 1,47444 | ,33826 | |
| Bilgi | Erkek | 25 | 3,9200 | 1,97210 | ,39442 | ,820 |
| | Kız | 19 | 3,5263 | 1,99634 | ,45799 | |
| Ekonomi | Erkek | 25 | 3,0533 | 1,70424 | ,34085 | ,958 |
| | Kız | 19 | 3,3860 | 1,63776 | ,37573 | |

Öğrencilerin üniversite seçim faktörlerinin cinsiyete göre t-testi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Sonuçlara göre, sadece saygınlık boyutunun cinsiyet açısından anlamlı bir fark olduğu anlaşılmıştır. Kız öğrencilerin, seçimlerinde akademik saygınlığı yüksek olan üniversitedi tercih ettikleri belirlenmiştir.

Öğrencilerin üniversite seçim faktörlerinin diğer demografik değişkenlere göre varyans analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Demografik değişkenlere göre üniversite seçim faktörleri açısından anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 7. Üniversite Seçim Faktörlerinin Diğer Demografik Değişkenlere Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Faktör | F-değeri | Anlamlılık |
|----------------------|-----------|----------|------------|
| Tercih Sıralaması | Saygınlık | ,706 | ,712 |
| | Konum | 1,469 | ,195 |
| | Kampüs | ,635 | ,773 |
| | İmkân | 1,135 | ,367 |
| | Bilgi | 1,798 | ,100 |
| | Ekonomi | 1,538 | ,170 |
| Mezun Olunan Lise | Saygınlık | ,588 | ,560 |
| | Konum | ,017 | ,983 |
| | Kampüs | ,143 | ,867 |
| | İmkân | ,116 | ,891 |
| | Bilgi | ,029 | ,971 |
| | Ekonomi | ,053 | ,949 |
| Anne Eğitim Seviyesi | Saygınlık | ,945 | ,428 |
| | Konum | ,459 | ,712 |
| | Kampüs | 1,002 | ,402 |
| | İmkân | ,629 | ,600 |
| | Bilgi | ,720 | ,546 |
| | Ekonomi | ,177 | ,911 |

| | | | |
|-----------------------|----------|-------|------|
| | Sağınlık | ,300 | ,876 |
| | Konum | ,805 | ,529 |
| Baba Eğitim Seviyesi | Kampüs | ,826 | ,517 |
| | İmkân | ,936 | ,453 |
| | Bilgi | ,126 | ,972 |
| | Ekonomi | ,448 | ,773 |
| | Sağınlık | ,394 | ,878 |
| | Konum | ,438 | ,849 |
| Ailenin Aylık Geliri | Kampüs | ,317 | ,924 |
| | İmkân | 1,020 | ,428 |
| | Bilgi | ,528 | ,783 |
| | Ekonomi | ,806 | ,571 |
| | Sağınlık | 1,516 | ,225 |
| | Konum | 1,036 | ,387 |
| Geldiği Coğrafi Bölge | Kampüs | 1,249 | ,305 |
| | İmkân | 1,636 | ,196 |
| | Bilgi | ,468 | ,706 |
| | Ekonomi | 2,730 | ,056 |
| | Sağınlık | ,759 | ,474 |
| | Konum | ,076 | ,927 |
| İkamet Edilen Yer | Kampüs | ,318 | ,729 |
| | İmkân | 1,186 | ,316 |
| | Bilgi | 3,136 | ,054 |
| | Ekonomi | ,211 | ,811 |

Öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan kişisel nedenlerle ilgili ifadelerde verdikleri puanların betimleyici istatistikleri Tablo 8'de verilmiştir. Kişisel nedenlerde en yüksek üç ortalama “iyi bir kazanç sağlayabileceğini düşünmek”, “meslekte yükselme olanaklarının fazla olması” ve “gelecekle ilgili amaçlarımı uygun olması” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir.

Tablo 8 Öğrencilerin Bölüm Seçimlerinde Etkili Olan Kişisel Nedenlerle İlgili İfadelerle Verdikleri Puanların Betimleyici İstatistikleri

| İfadeler | Ortalama* | Standart Sapma |
|--|-----------|----------------|
| KN7. İyi bir kazanç sağlayabileceğini düşünmem | 5,77 | 1,61 |
| KN13. Meslekte yükselme olanaklarının fazla olması | 5,70 | 1,60 |
| KN5. Gelecekle ilgili amaçlarımı uygun olması | 5,45 | 1,79 |
| KN12. Alanın kendimi geliştirmeme olanak tanımazı | 5,36 | 1,75 |
| KN8. Prestijli bir meslek olması | 5,31 | 1,65 |
| KN4. İş bulma olanağının yüksek olması | 5,27 | 1,83 |
| KN2. Üniversiteye giriş sınav puanımın bu bölüme yetmesi | 4,97 | 2,00 |
| KN1. Mesleğe olan ilgim | 4,86 | 2,01 |
| KN3. Bu alanın benim kişilik özelliklerime uygun olduğunu düşünmem | 4,77 | 1,81 |
| KN6. Geçmişte bu alanda çalışan kişilerden etkilenmem | 4,75 | 2,13 |
| KN10. Mesleğe olan yeteneğim | 4,27 | 2,11 |
| KN15. Üniversitenin popülerliği | 3,88 | 2,13 |
| KN16. Üniversite sınavına girdiğim sene sınavın zor olması | 3,50 | 2,09 |
| KN11. Cinsiyetime uygun olması | 3,45 | 2,32 |
| KN14. Bu şehirde yaşamamanın cazip gelmesi | 2,90 | 1,80 |
| KN9. Lisedeki alan tercihim | 2,50 | 2,17 |

* Ankette 1-7 arası likert ölçüği kullanılmıştır.

Tablo 9. Bölüm Seçiminde Üniversite Faktörleri ve Kişisel Nedenler Arasındaki Korelasyon

| Kişisel Nedenler | Ortalama | Üniversite Seçim Faktörleri | | | | | |
|------------------|----------|-----------------------------|-----------|-------|---------|-------|--------|
| | | İmkân | Saygınlık | Bilgi | Ekonomi | Konum | Kampüs |
| KN7 | 5,77 | - | - | - | - | - | - |
| KN13 | 5,70 | - | ,45* | ,47* | ,32* | ,31* | - |
| KN5 | 5,45 | ,48* | ,43* | ,43* | ,35* | ,34* | - |
| KN12 | 5,36 | ,41* | ,35* | ,45* | - | ,38* | - |
| KN8 | 5,31 | - | ,33* | - | ,36* | - | - |
| KN4 | 5,27 | - | ,54* | - | ,35* | - | - |
| KN2 | 4,97 | - | - | - | - | - | ,30* |
| KN1 | 4,86 | ,42* | - | ,34* | - | - | - |
| KN3 | 4,77 | ,32* | ,33* | ,36* | - | ,31* | - |
| KN6 | 4,75 | ,59* | - | - | - | - | - |
| KN10 | 4,27 | ,37* | ,40* | ,41* | - | - | - |
| KN15 | 3,88 | - | ,70* | - | - | - | ,31* |
| KN16 | 3,50 | - | ,32* | - | - | - | ,36* |
| KN11 | 3,45 | ,41* | - | - | ,34* | ,30* | - |
| KN14 | 2,90 | - | ,37* | - | - | - | - |
| KN9 | 2,50 | - | ,36* | - | - | - | ,31* |

* Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlıdır.

Araştırmada son olarak, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü öğrencilerinin bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ve kişisel nedenler arasındaki ilişkileri incelemek için Tablo 9'da görüldüğü gibi korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz, 16 kişisel neden ve 6 üniversite faktörü arasında yapılmıştır. Sonuçlara göre, 16 kişisel nedenden 11 tanesi, üniversite seçim faktörlerinden akademik saygınlık boyutıyla korelasyon içindedir. Diğer faktörler sırayla; 7 korelasyonla imkân boyutu, 6 korelasyonla bilgi boyutu, 5 korelasyonla ekonomi ve konum boyutu yer alırken son olarak da 4 korelasyonla kampüs boyutunun yer aldığı görülmektedir.

5. Sonuç

Araştırmada, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü öğrencilerinin, bölüm seçimlerindeki üniversite faktörleri ve kişisel nedenlerinin önem sıralamasını belirleyerek; cinsiyetleri, mezun oldukları lisnenin türü, anne ve babalarının eğitim seviyeleri, ailelerinin gelirleri ve geldikleri coğrafi bölge gibi demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümüne kayıt olan öğrencilerin, üniversite tercihinde en fazla dikkate alındıkları faktörler sırasıyla; (1) öğrencilere sunulan eğitim ve sosyal imkânlar, (2) akademik saygınlık, (3) üniversite hakkında bilgi edinme kaynakları, (4) ekonomik göstergeler, (5) coğrafi konum ve (6) kampüs olanakları şeklinde isimlendirilen altı faktörden oluştuğu anlaşılmıştır.

Öğrencilerin, üniversite tercihinde en fazla dikkate alındıkları faktör; öğrencilere sunulan eğitim ve sosyal imkânlar olarak belirlenmiştir. Eğitim ve sosyal imkânlar; üniversitenin kariyer merkezi aracılığıyla mezunlarına iş bulmada yardımcı olması, uluslararası geçerliliği olan diploma eki vermesi, öğrencilere staj imkânı sağlama veya yurtdışındaki üniversitelerle öğrenci değişimi programlarının bulunması olarak sıralanabilir. Diğer bir üniversite faktörü eğitim elemanlarının akademik saygınlığa sahip olmasıdır. Akademik saygınlık; öğretim kalitesinin yüksek olması, üniversitenin marka olarak tanınması, toplum içinde algılanan saygınlığının yüksek oluşu şeklinde ifade edilebilir. Diğer bir faktör, üniversite hakkında bilgi edinme kaynakları olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğrenciler tercih edecekleri bölüm ve üniversite hakkında bilgiyi arkadaş çevresi, ailesi, lise öğretmenleri, yazılı ve görsel basın veya üniversitelerin internet sayfalarından elde edebilirler. Araştırmada yapılan faktör analizi sonucunda, öğrencilerin bilgi edinme kaynağını olarak arkadaş, aile ve öğretmen gibi yakın çevrenin tercih edilmediği, bunun yerine, yazılı ve görsel basın ile üniversitenin internet sayfalarından elde edilen bilgilerin seçimlerde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, özellikle, yazılı ve görsel basın ile üniversitelerin internet sayfaları, yükseköğretimeye başlayacak öğrenciler için önemli bir iletişim ve bilgi kaynağını oluşturduğu görülmektedir. Bu sonuç, aynı zamanda, uluslararası ticaret ve işletmecilik bölümüne kayıt olan öğrencilerin ihtiyaç duyukları üniversite ve bölüm ile ilgili bilgiyi yakın çevrelerinden değil, kişisel araştırmaları sonucunda basın ve internet sayfaları yoluyla elde ettikleri anlamına da gelmektedir.

Ekonominik göstergeler de diğer bir üniversite seçim faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Üniversitenin bulunduğu kentin ucuz yaşam koşullarına sahip olması veya burs, yemek gibi ekonomik yardımların bulunması ekonomik olarak öğrencilerin tercihlerini etkileyen faktördür. Ekonomik göstergelerle ilişkili olan bir diğer faktör üniversitenin coğrafi konumudur. Özellikle öğrencinin ailesinin ikametgâhına yakın olan, ulaşım imkânlarının kolay olan, yaşanabilecek bir şehir olması veya şehirde mezuniyet sonrası iş imkânları seçimleri etkileyen konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğrencilerin yükseköğrenimleri boyunca üniversite seçimlerini etkileyen son faktörün kampüs olanakları olduğu görülmüştür. Özellikle binalar, kütüphane veya kantin gibi fiziksel olanaklar, eğlence ve spor faaliyetleri gibi sosyal imkânlar, yurt veya pansiyon gibi barınma olanakları, güvenilir ve şehir merkezine olan yakınlığı açısından tercih sebebi olduğu anlaşılmıştır.

Üniversite seçim faktörlerinin, öğrencilerin demografik değişkenlerinden sadece cinsiyete göre farklılık olduğu anlaşılmıştır. Kız öğrencilerin akademik saygınlık beklenileri erkeklerle göre daha yüksektir. Öğrencilerin mezun oldukları lise, anne ve baba eğitim seviyeleri, ailelerin aylık gelirleri, geldikleri coğrafi bölge veya tercih sıralaması gibi diğer demografik değişkenler açısından da üniversite seçim faktörleri arasında fark olmadığı anlaşılmıştır. Buna göre, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik bölümünü tercih eden öğrencilerin hepsi aynı üniversite faktörleri konusunda benzer şekilde düşünen oldukça homojen bir dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan kişisel nedenlere bakıldığından en yüksek üç ortalama “iyi bir kazanç sağlayabileceğini düşünmek”, “meslekte yükselme olanaklarının fazla olması” ve “gelecekle ilgili amaçlarımı uygun olması” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir. Ölçek ifadelerine verilen puanların ortalaması 5 ve üzerinde olanlar; iyi kazanç sağlamak, meslekte yükselmek, kendini geliştirebilecek olanaklara sahip olmak, prestijli ve kolay iş bulabileceklerini düşünmek şeklinde sıralandığı görülmektedir. Buna göre, öğrencilerin Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü seçiminde etkili olan kişisel nedenlerin gelecekte elde edecekleri kazançla ilgili belirsizlikleri ortadan kaldırmaya yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Ölçek ifadelerine verilen puanların ortalaması 4 ve üzerinde olanlar; puanlarının bu bölüme yetmesi, mesleğe olan ilgi, bu alanda çalışan kişilerden etkilenme ve işletmeciliğin kişilik özelliklerine uygun olduğunu düşünmeleri şeklinde sıralanmıştır. Buna göre, öğrencilerin bölüm seçiminde etkili olan diğer bir genellemenin kişilik özellikleri ile meslekleri arasında bir ilişki

kurmaları olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuç öğrencilerin bölüm seçiminde bilincli ve ne istediğini bilen bir tercih yaptıkları anlamına geldiğini göstermektedir. Ölçek ifadelerine verilen puanların ortalaması 3 ve üzerinde olanlar; üniversitenin popülerliği, sınavın zor olması ve cinsiyetin uygunluğu şeklinde sıralanmıştır. Buna göre, öğrencilerin bölüm seçiminde üniversite popülerliği ve sınav gibi dışsal nedenlerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Ölçek ifadelerine verilen puanların en düşükleri ise şehir yaşamının cazipliği ve lisedeki alan tercihi olarak sıralanmıştır.

Araştırmamanın son bölümünde, öğrencilerin bölüm seçiminde üniversite faktörleri ve kişisel nedenler arasındaki korelasyon incelenmiştir. Korelasyon analizi 16 kişisel neden ve 6 üniversite faktörü arasında yapılmıştır. Sonuçlara göre, öğrencilerin bölüm seçiminde etkili en yüksek kişisel neden olan “iyi bir kazanç sağlayabileceğini düşünmek” ifadesi hiçbir üniversite faktörüyle anlamlı bir korelasyon göstermemiştir. Buna göre, yükseköğrenime gelen Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik bölümü öğrencilerinin en önemli kişisel nedeni iyi bir kazanç sağlamaktır ve üniversite faktörlerinin neler olduğuyla hiçbir ilişkisi yoktur. Bu bulgu, araştırmada ulaşılan en ilginç sonuç olarak değerlendirilebilir. Diğer taraftan kişisel nedenlerin en fazla korelasyon içinde olduğu üniversite faktörü ise akademik saygınlıktır (11 kişisel nedenle korelasyon). Buna göre, öğrenciler, öğretim üyelerinin kaliteli olduğu ve toplum içinde adıyla marka yapmış akademik saygınlığa sahip olan üniversiteleri tercih ettikleri sonucuna ulaşmaktadır. Öğrencilerin kişisel nedenlerinin korelasyon içinde olduğu diğer üniversite faktörü ise eğitim ve sosyal imkanlar (7 korelasyon), bilgi edinme kaynakları (6 korelasyon), ekonomik göstergeler (5 korelasyon), konum (5 korelasyon) ve kampüs olanakları (4 korelasyon) olarak sıralanmaktadır.

Kaynakça

Akar, C. (2012) Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(1), 97-120.

Akbayır, K. (2013) Öğretmenlik Mesleğine Yönelmede Ailenin Ve Branş Seçiminde Cinsiyetin Rolü. (İnternet Erişimi: 22.10.2017) http://infobank.fedu.odtu.edu.tr/ufbmek-5/netscape/b_kitabi/PDF/OgretmenYetistirme/Bildiri/t271d.pdf

Alpar, R. (2013) Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler, Detay Yayıncılık, Ankara.

Ancheh, K. S. B., Krishnan, A., Nurtjahja, O. (2007) Evaluative Criteria For Selection of Private Universities and Colleges in Malaysia. *Journal of International Management Studies*, 2(1), 1-11.

Arslan, K. (2002) Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, 1-11.

Aydın, O.T. (2015) University Choice Process: A Literature Review on Models and Factors Affecting the Process. *Yükseköğretim Dergisi*, doi:10.2399/yod.15.008

Ayık, Y.Z., Özdemir, A. ve Yavuz, U. (2007) Lise Türü Ve Lise Mezuniyet Başarısının, Kazanılan Fakülte İle İlişkisinin Veri Madenciliği Tekniği İle Analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 2, 441-454.

Briggs, S. ve Wilson, A. (2007) Which University? A Study Of The Influence of Cost and Information Factors on Scottish Undergraduate Choice. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 29, 1, 57-72.

Çelik, N. ve Üzmez, U. (2014) Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: Çağrı Merkezi Hizmetleri Örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2, 1, 94-105.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010) "Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları", Pegem Akademi, Ankara, 2010.

Deniz, S. (2001) Bireyin Meslek Seçimini Etkileyen Kaynaklar: Yeni Teknolojilerden İnternet, Muğla Üniversitesi SBE Dergisi, 6, 1-9.

Dinç, E. (2008) Meslek Seçiminde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Meslek Yüksek Okulu-Muhasebe Programı Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 2, 90-106.

Ekinci, C.E. ve Burgaz, B. (2007) Hacettepe Üniversitesi Öğrencilerinin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklenti Ve Memnuniyet Düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 120-134.

Erol, A., Yergin, H. ve Mercan, M. (2012) Üniversite Öğrencilerinin Üniversite Tercihlerinin Belirleyicileri: Hakkâri Örneği. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4, 2, 1-10.

Korkut-Owen, F., Kepir, D.D., Özdemir, S., Ulaş, Ö. ve Yılmaz, O. (2012) Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, 3, 135-151.

Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.

Köroğlu, Ö. (2014) Meslek Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19, 2, 137-157.

Maniu, L. ve Maniu, G.C. (2014) Educational Marketing: Factors Influencing The Selection Of A University. Practical Application of Science, 2, 3, 5, 37-41.

Moogan, Y.J. ve Baron, S. (2003) An Analysis of Students Characteristics Within the Student Decision Making Process. Journal of Further and Higher Education, 27(3), 271-287.

Ming, J.S.K. (2010) Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework. International Journal of Business and Social Science, 1(3), 53-58.

ÖSYM Merkezi Yerleştirmeyle Öğrenci Alan Yükseköğretim Lisans Programları, (2017) (İnternet Erişimi: 14.11.2017), https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2017/OSYS/YER/Tablo-4_12082017.pdf.

Özsoy, G., Özsoy, S., Özkar, Y. ve Memiş, A.D. (2010) Factors Affecting Pre-Service Teachers' Choice Of Teaching As a Profession. İlköğretim Online, 9, 3, 910-921.

Pampaloni, A.M. (2010) The Influence of Organizational Image on College Selection: What Students Seek In Institutions of Higher Education. Journal of Marketing for Higher Education, 20, 1, 19-48.

Sarıkaya, T. ve Khorshid, L. (2009) Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 7(2), 393-423.

Soutar, G. ve Turner, J. (2002) Students' Preferences for University: A Conjoint Analysis. The International Journal of Educational Management, 16(1), 40-45.

Tamtekin A. O. (2015). University Choice Process: A Literature Review on Models and Factors Affecting the Process. Yükseköğretim Dergisi, doi:10.2399/yod.15.008

Tataroğlu, B., Özgen, K. ve Alkan, H. (2011) Matematik Öğretmen Adaylarının Öğretmenliği Tercih Nedenleri ve Beklentileri. 2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications, 27-29 April, Antalya-Turkey, 998-1006.

Tavares, D., Tavares, O., Justino, Elsa ve Amaral, A. (2008) Students' Preferences and Needs in Portuguese Higher Education. European Journal of Education, 43, 1, 107-122.

Tunç, G.Ç., Akansel, N. ve Özdemir, A. (2010) Hemşirelik Ve Sağlık Memurluğu Öğrencilerinin Meslek Seçimlerini Etkileyen Faktörler. Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi, 3, 1, 24-31.

Türk Dil Kurumu, (İnternet Erişimi: 20.11.2017), <http://www.tdk.gov.tr/>

Yükseköğretim Program Atlası, (İnternet Erişimi: 22.11.2017), <https://yokatlas.yok.gov.tr/>

Türkiye-Avrupa Birliği Ticari İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme

Ali Rıza SANDALCILAR

Doç.Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İİBF, aliriza.sandalcilar@erdogan.edu.tr

Tunahan HACIİMAMOĞLU

Arş.Gör., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İİBF, tunahan.haciimamoglu@erdogan.edu.tr

Özet

Türkiye ile Avrupa Birliği (AB) arasında 01 Ocak 1996 tarihinde sanayi ürünleri ile işlenmiş tarımsal ürünler kapsayan gümrük birliği süreci başlamıştır. Zaman içerisinde, gümrük birliğinin Türkiye'nin ekonomik yapısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. Bu çalışmada gümrük birliğinin Türk dış ticaret yapısında ortaya çıkan etkiler analiz edilmeye çalışılacaktır. Analizlerde TUİK'ten elde edilen 1996-2017 yıllarını kapsayan dış ticaret verileri kullanılmaktadır.

1996-2017 döneminde Türkiye'nin AB'ye ihracatı 12590 milyon ABD dolardan 73922 milyon ABD dolara yükselmiştir. Aynı dönemde ithalat ise 24349 milyon ABD dolardan, 85210 milyon ABD dolara yükselmiştir. İhracat 5,9 kat artarken ithalat 3,5 kat artış göstermiştir. Türkiye-AB arasındaki ticarette ihracatın ithalatı karşılama oranı 1996 yılında %51,7 iken 2017 yılında %86,8'e yükselmiştir. Bu verilerden gümrük birliği sonrası Türkiye'nin ihracat performansının ithalat performansından daha iyi gerçekleştiği sonucuna ulaşılabilir. Türkiye, genel anlamda dış ticaret açığı sorunu yaşayan bir ülkedir. 1996 yılında Türkiye'nin dış ticaret açığı 20402 milyon ABD dolar iken bu rakam 2017 yılında 76780 milyon ABD dolara yükselmiştir. AB kaynaklı dış ticaret açığın toplam dış ticaret açığı içerisindeki payı 1996 yılında %57,6 iken 2017 yılında %14,7 seviyelerine gerilemiştir. Bu durum gümrük birliğinin olumlu sonuçları arasında gösterilebilir. Dış ticaret verilerinden elde edilebilen bir diğer sonuç ise, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı (toplam ihracatın yaklaşık %69'u) 20 ülkenin 10'u AB ülkelerinde; en fazla ithalat yaptığı (toplam ithalatın yaklaşık %70'i) ülkelerin 9'u AB ülkelerinden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Avrupa Birliği, Gümrük Birliği, Dış Ticaret

JEL Kodları: F10, F11, F13, F15

An Evaluation On Trade Relations Between Turkey And The European Union

Abstract

Turkey and the European Union (EU) customs union process, covering industrial products and processed agricultural products, began on January 1, 1996. The customs union has been positive and a negative impacts on Turkey's economic structure, and continues to do so. In this study, the effects of the customs union on Turkish foreign trade structure will be tried to be analyzed. Foreign trade data covering the years 1996-2017 obtained from the TURKSTAT are used in the analyzes.

Turkey's exports to the EU during the period 1996-2017 has increased to 73922 million dollars from 12590 million dollars. On the other hand, imports rose to US dollars 85210 million from US dollars 24349 million. Exports increased by 5.9 times, while imports increased by 3.5 times. The export-import ratio was 51.7% in trade between Turkey and the EU in 1996. This ratio increased to 86.8% in 2017. With this data, following the customs union, Turkey's export performance can be said to occur better from imports. In general, Turkey is a country with a trade deficit problem. Turkey's foreign trade deficit in 1996 was 20402 million US dollars. This value increased to 76780 million US dollars in 2017. The share of EU-originated foreign trade openness in total foreign trade deficit decreased from 57.6% in 1996 to 14.7% in 2017. This can be illustrated by the positive results of the customs union. Another result that can be obtained from the foreign trade data, the 10 countries of Turkey's most exports to 20 countries (about 69% of total exports) are in the EU countries while the 9 countries of Turkey's most imports from 20 countries(about 70% of total imports) are in the EU countries.

Keywords: Turkey, European Union, Customs Union, Foreign Trade

JEL Codes: F10, F11, F13, F15

1. Giriş

İktisat bilimi, insan ihtiyaçlarının sınırsız ancak bunları karşılayacak kaynakların ise sınırlı olduğunu kabul etmektedir (Dinler, 2012:7). İnsan ihtiyaçları mal ve hizmetlerle karşılanmaktadır. Ülkelerin karşı karşıya kaldıkları en önemli ekonomik sorunlardan biri de, söz konusu mal ve hizmetlerin miktarlarının nasıl arttıracağıdır. Uluslararası iktisat teorisi, dış ticaret sayesinde ülkelerin sahip ol-

dukları mal ve hizmetlerin miktarlarında bir artışın olabileceğini göstermektedir (Salvatore, 2013:31-85). Bu konuda zengin bir iktisat literatüründen söz edilebilir. Bu bağlamda her ülke dışa açılmanın ve dış ticaret hacimlerinin arttırmamanın yollarını aramaktadır. Ülkelerin dışa açılmalarını kolaylaştıracak; dış ticaret hacimlerini artıracak ve dolayısıyla refahlarını yükseltecek yöntemlerden biri de ekonomik entegrasyon hareketleridir.

Ekonomik entegrasyon kavramı, genelde dünyanın belirli yöresinde yer alan, siyasal rejimleri ve tarihi geçmişleri bakımından birbirine benzerlik gösteren ülkelerin, aralarındaki ticareti serbestleştirmek ve ekonomik işbirliğini geliştirmek için oluşturdukları bir birlik olarak ifade etmektedir (Seyidoğlu, 2002:286). Ekonomik entegrasyon hareketlerinin ülkeler arasında farklı düzeylerde olduğu gözlenmektedir. Entegrasyonun düzeyine göre, en basitinden en gelişmişine doğru ilerleyen bu süreç; ekonomik işbirliği anlaşması, serbest ticaret bölgesi, gümrük birliği, ortak pazar, ekonomik birlikler ve tam ekonomik birleşmeler şeklinde sıralanmaktadır.

Türkiye'de refah seviyesini yükseltmek için ülke ve ülke grupları ile ekonomik entegrasyon hareketleri içeresine girmiştir. Bunlardan biri de Avrupa Birliği (AB)'dır. Türkiye-AB ticari ilişkileri 1963 tarihli Ankara Anlaşması ve 1973 tarihli Katma Protokole dayanmaktadır. Ankara Anlaşmasında Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu (o zamanki ismi) arasında gümrük birliği oluşturmak hedeflenmekteydi. Bir diğer ifadeyle Türkiye ile AB arasında ticareti engelleyen her türlü engelin kalması ve diğer ülkelere karşı ortak gümrük tarifesinin uygulanması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda gümrük birliğinin oluşturulması için Hazırlık Dönemi, Geçiş Dönemi ve Son Dönem olmak üzere üç dönem belirlenmiştir. Hazırlık Dönemi, 1964 yılında başladığ ve 1972 yılında bitmiştir. Geçiş Dönemi, 1973 yılında başlamış ve AB Türk sanayi ürünlerine uyguladığı gümrük vergilerini kaldırılmış ve Türk ürünlerinin ithalatında bir takım kolaylıklar sağlanmıştır. Türkiye ise topluluk menşeli bazı sanayi ürünlerine uyguladığı gümrük vergilerini 12 yılda; bazı hassas sanayi ürünlerine uyguladığı gümrük vergilerini ise 22 yılda kaldırmayı taahhüt etmiştir. Geçiş Dönemi 1995 yılının sonunda tamamlanması için Türkiye-AB Ortaklık Konseyi 6 Mart 1995 tarihinde aldığı 1/95 sayılı kararla Türkiye-AB arasında Gümrük Birliği oluşturulmuş oldu. Türkiye-AB Gümrük Birliği 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girerek geçiş dönemi sona ermiş oldu ve son dönem başlamış oldu. Gümrük Birliği bütün ürünleri kapsamıyor. Sadece Sanayi Ürünleri ile İşlenmiş Tarım Ürünlerini kapsamaktadır. 6 Mart 1995 tarih ve 1/95 sayılı kararla Türkiye önemli yükümlülükler altına girmiştir. Bunlar;

sanayi ürünler ile işlenmiş tarım ürünlerini ithalatından aldığı gümrük vergilerini kaldıracak; üçüncü ülkelere karşı AB'nın ortak gümrük tarifesine (OGT) uyum sağlayacak; ihracat ve ithalatta uygulanan miktar kısıtlamaları kaldırılacak; Türkiye ticarette teknik engelleri kaldıracak ve topluluk araçlarını benimseyecek; Türkiye AB mevzuatına uyumu sağlayacaktır (Dura ve Atik, 2007; Seymen, 2009; Kalaycı ve Artan, 2010; Hatipler, 2011; Akçay ve Göçmen, 2012; Sandalcılar ve Erdoğan, 2017).

2. Türkiye-Avrupa Birliği Ticari İlişkileri

Bu bölümde Gümrük Birliği sonrası (1996-2017 Dönemi) Türkiye ile AB dış ticaretinde meydana gelen değişiklikler değerlendirmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda Tablo 1'deki veriler bakıldığından 1996-2017 döneminde Türkiye'nin toplam ihracatı yaklaşık 6,8 kat artış; ithalatı ise yaklaşık 5,3 kat artış göstermiştir. Türkiye'nin AB ile olan ihracat ve ithalatına bakıldığından ise bu oranlar sırasıyla 5,9 kat ve 3,5 kat olmuştur. Türkiye'nin toplam ihracatı içinde AB'nin payı 1996 yılında %54 iken, 2017 yılında %47'ye düşmüştür. Toplam ithalat içinde AB'nin payı ise 1996 yılında %56 iken, 2017 yılında %36'ya düşmüştür. Özette Türkiye'nin toplam ihracatı artış gösterirken, AB ile olan ihracatında da artış olmuştur. Aynı durum ithalat yapısında da geçerlidir. Ancak ithalattaki artış ihracattaki artıştan daha az olduğu tablo verilerinden anlaşılmaktadır.

Tablo 1: Türkiye-AB Dış Ticaret Verileri (Milyar ABD Doları)

| Yıllar | TOPLAM İHRACAT | TOPLAM İTHALAT | AB İhracat | AB İthalatı | AB'ye İhracatın Toplam İhracat İçerisindeki (%) Payı | AB'den İthalatın Toplam İthalat İçerisindeki (%) Payı |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|---|
| 1996 | 23.224 | 43.627 | 12.590 | 24.349 | 54 | 56 |
| 1997 | 26.261 | 48.559 | 13.471 | 26.128 | 51 | 54 |
| 1998 | 26.974 | 45.921 | 14.837 | 25.297 | 55 | 55 |
| 1999 | 26.587 | 40.671 | 15.454 | 22.538 | 58 | 55 |
| 2000 | 27.775 | 54.503 | 15.688 | 28.552 | 56 | 52 |
| 2001 | 31.334 | 41.399 | 17.576 | 19.841 | 56 | 48 |
| 2002 | 36.059 | 51.554 | 20.458 | 25.698 | 57 | 50 |
| 2003 | 47.253 | 69.340 | 27.479 | 35.157 | 58 | 51 |
| 2004 | 63.167 | 97.540 | 36.699 | 48.131 | 58 | 49 |
| 2005 | 73.476 | 116.774 | 41.533 | 52.781 | 57 | 45 |
| 2006 | 85.535 | 139.576 | 48.149 | 59.448 | 56 | 43 |
| 2007 | 107.272 | 170.063 | 60.754 | 68.472 | 57 | 40 |
| 2008 | 132.027 | 201.964 | 63.719 | 74.513 | 48 | 37 |
| 2009 | 102.143 | 140.928 | 47.228 | 56.616 | 46 | 40 |
| 2010 | 113.883 | 185.544 | 52.934 | 72.391 | 46 | 39 |
| 2011 | 134.907 | 240.842 | 62.589 | 91.439 | 46 | 38 |
| 2012 | 152.462 | 236.545 | 59.398 | 87.657 | 39 | 37 |
| 2013 | 151.803 | 251.661 | 63.040 | 92.458 | 42 | 37 |
| 2014 | 157.610 | 242.177 | 68.514 | 88.784 | 43 | 37 |
| 2015 | 143.839 | 207.234 | 63.998 | 78.681 | 44 | 38 |
| 2016 | 142.530 | 198.618 | 68.344 | 77.501 | 48 | 39 |
| 2017 | 157.020 | 233.800 | 73.922 | 85.210 | 47 | 36 |
| 1996-2017 Dönemi Artış Hızı | 6,8 Kat | 5,3 Kat | 5,9 Kat | 3,5 Kat | | |

Türkiye-AB ticaretinin uzun dönem ortalama artış hızı aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır (Ünsal, 2004:16).

$$g = \left(\frac{\text{Dönem Sonu ihracat}}{\text{Dönem Başı ihracat}} \right)^{1/n} - 1$$

Buna göre 1996-2017 dönemi Türkiye'nin toplam ihracatında ortalama artış hızı % 9,0; Türkiye'nin AB'ye olan ihracatında ortalama artış hızı % 8,3; Türkiye'nin toplam ithalatında ortalama artış hızı % 7,8 ve Türkiye'nin AB'den olan ithalatının ortalama artış hız ise % 5,8 olmuştur. Buradan Gümrük Birliği sonrası Türkiye'nin AB'ye ihracatı ithalatından daha fazla artış gösterdiği sonucuna ulaşılabilirmektedir.

Tablo 2: Türkiye-AB Dış Ticaretinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)

| Yıllar | Toplam dış Ticarette ihracatın İthalatı Karşılama Oranı | Türkiye'nin AB ile Olan Dış Ticaretinde ihracatın ithalatı Karşılama Oranı |
|--------|---|--|
| 1996 | 53,2 | 51,7 |
| 1997 | 54,1 | 51,6 |
| 1998 | 58,7 | 58,7 |
| 1999 | 65,4 | 68,6 |
| 2000 | 51,0 | 54,9 |
| 2001 | 75,7 | 88,6 |
| 2002 | 69,9 | 79,6 |
| 2003 | 68,1 | 78,2 |
| 2004 | 64,8 | 76,2 |
| 2005 | 62,9 | 78,7 |
| 2006 | 61,3 | 81,0 |
| 2007 | 63,1 | 88,7 |
| 2008 | 65,4 | 85,5 |
| 2009 | 72,5 | 83,4 |
| 2010 | 61,4 | 73,1 |
| 2011 | 56,0 | 68,4 |
| 2012 | 64,5 | 67,8 |
| 2013 | 60,3 | 68,2 |
| 2014 | 65,1 | 77,2 |
| 2015 | 69,4 | 81,3 |
| 2016 | 71,8 | 88,2 |
| 2017 | 67,2 | 86,8 |

Tablo 2'de Türkiye'nin toplam dış ticaretinde ihracatın ithalatı karşılama oranları ve AB ile olan dış ticarette ihracatın ithalatı karşılamam oranları yer almaktadır. Buna göre Türkiye toplam dış ticaretinde 1996 yılında ithalatın %53,2'sini ihracatla karşılrken, 2017 yılında bu oran %67,2 olmuştur. AB ile olan ticarete bakıldığından ise 1996 yılında AB'den yapılan ithalatın %51,7'si AB'ye yapılan ihracattan karşılanırken bu oran 2017 yılında %86,8'e yükselmiştir. Bu durum gümrük birliğinin olumlu etkilerinden biri olduğu söylenebilir.

Tablo 3: Türkiye-AB Arasındaki Dış Ticaret Açığı

| Yıllar | Toplam Açık | TR-AB Dış Denge | AB Harıç Dış Açığın Toplam Açık İçindeki (%) Payı | AB Kaynaklı Dış Açığın Toplam Açık İçindeki (%) Payı |
|--------|-------------|-----------------|---|--|
| 1996 | -20.402 | -11.759 | 42,4 | 57,6 |
| 1997 | -22.298 | -12.657 | 43,2 | 56,8 |
| 1998 | -18.947 | -10.460 | 44,8 | 55,2 |
| 1999 | -14.084 | -7.084 | 49,7 | 50,3 |
| 2000 | -26.728 | -12.864 | 51,9 | 48,1 |
| 2001 | -10.065 | -2.265 | 77,5 | 22,5 |
| 2002 | -15.495 | -5.240 | 66,2 | 33,8 |
| 2003 | -22.087 | -7.677 | 65,2 | 34,8 |
| 2004 | -34.373 | -11.432 | 66,7 | 33,3 |
| 2005 | -43.298 | -11.248 | 74,0 | 26,0 |
| 2006 | -54.041 | -11.299 | 79,1 | 20,9 |
| 2007 | -62.791 | -7.718 | 87,7 | 12,3 |
| 2008 | -69.936 | -10.794 | 84,6 | 15,4 |
| 2009 | -38.786 | -9.388 | 75,8 | 24,2 |
| 2010 | -71.661 | -19.457 | 72,8 | 27,2 |
| 2011 | -105.935 | -28.850 | 72,8 | 27,2 |
| 2012 | -84.083 | -28.259 | 66,4 | 33,6 |
| 2013 | -99.859 | -29.418 | 70,5 | 29,5 |
| 2014 | -84.567 | -20.269 | 76,0 | 24,0 |
| 2015 | -63.395 | -14.683 | 76,8 | 23,2 |
| 2016 | -56.089 | -9.157 | 83,7 | 16,3 |
| 2017 | -76.780 | -11.288 | 85,3 | 14,7 |

Tablo 3'de Türkiye'nin toplam dış ticaret açığı ve AB ile olan dış ticaret açığı verileri yer almaktadır. Buna göre, 1996 yılında Türkiye'nin toplam dış ticaret açığının %42,4'ü AB ülkeleri hariç kaynaklı; %57,6'sı ise AB kaynaklı olduğu görülmektedir. 2017 yılında ise bu yapının oldukça değişmiştir. Şöyle ki, 2017 yılında AB ülkeleri hariç dış ticaret açığı %85,3 olmuş; AB kaynaklı dış ticaret açığı ise %14,7'ye gerilemiştir. Bir diğer ifadeyle 1996 yılında 20.402 milyon dolarlık toplan dış ticaret açığının 11.759 milyon doları AB kaynaklı iken 2017 yılında ise toplam 76.780 milyon dolarlık dış ticaret açığının sadece 11.288 milyon dolarlık kısmı AB kaynaklıdır. Gümrük birliğinin Türkiye'nin AB ile olan dış ticaret açığı üzerinde zaman içerisinde azaltıcı etki yaptığı söylenebilir.

Tablo 4: Türkiye'nin En Fazla İhracat Yaptığı 20 Ülke İçerisinde AB Ülkelereinin Payı (%)

| Sıra | Ülke | Pay (%) | | | | | | | | | |
|------|-------------------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 |
| 1 | Almanya | 9,6 | 9,8 | 9,3 | 9,6 | 9,0 | 8,6 | 10,3 | 10,1 | 9,6 | 9,8 |
| 2 | İngiltere | 6,1 | 8,2 | 7,3 | 6,3 | 5,8 | 5,7 | 6,0 | 6,4 | 5,8 | 6,2 |
| 3 | BAE | 5,8 | 3,8 | 3,3 | 3,0 | 3,3 | 5,4 | 2,7 | 2,9 | 2,8 | 6,0 |
| 4 | Irak | 5,8 | 5,4 | 5,9 | 6,9 | 7,9 | 7,1 | 6,2 | 5,3 | 5,0 | 3,0 |
| 5 | ABD | 5,5 | 4,6 | 4,4 | 4,0 | 3,7 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 |
| 6 | İtalya | 5,4 | 5,3 | 4,8 | 4,5 | 4,4 | 4,2 | 5,8 | 5,7 | 5,8 | 5,9 |
| 7 | Fransa | 4,2 | 4,2 | 4,1 | 4,1 | 4,2 | 4,1 | 5,0 | 5,3 | 6,1 | 5,0 |
| 8 | İspanya | 4,0 | 3,5 | 3,3 | 3,0 | 2,9 | 2,4 | 2,9 | 3,1 | 2,8 | 3,1 |
| 9 | Hollanda | 2,5 | 2,5 | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,1 | 2,4 | 2,2 | 2,1 | 2,4 |
| 10 | İsrail | 2,2 | 2,1 | 1,9 | 1,9 | 1,7 | 1,5 | 1,8 | 1,8 | 1,5 | 1,5 |
| 11 | İran | 2,1 | 3,5 | 2,5 | 2,5 | 2,8 | 6,5 | 2,7 | 2,7 | 2,0 | 1,5 |
| 12 | Belçika | 2,0 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 1,5 | 1,8 | 1,7 | 1,8 | 1,6 |
| 13 | Romanya | 2,0 | 1,9 | 2,0 | 1,9 | 1,7 | 1,6 | 2,1 | 2,3 | 2,2 | 3,0 |
| 14 | Polonya | 2,0 | 1,9 | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,2 |
| 15 | Çin | 1,9 | 1,6 | 1,7 | 1,8 | 2,4 | 1,9 | 1,8 | 2,0 | 1,6 | 1,1 |
| 16 | Bulgaristan | 1,8 | 1,7 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,6 |
| 17 | Rusya Federasyonu | 1,7 | 1,2 | 2,5 | 3,8 | 4,6 | 4,4 | 4,4 | 4,1 | 3,1 | 4,9 |
| 18 | Suudi Arabistan | 1,7 | 2,2 | 2,4 | 1,9 | 2,1 | 2,4 | 2,0 | 1,9 | 1,7 | 1,7 |
| 19 | Mısır | 1,5 | 1,9 | 2,2 | 2,1 | 2,1 | 2,4 | 2,0 | 2,0 | 2,5 | 1,1 |
| 20 | Cezayir | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,1 | 1,3 | 1,7 | 1,2 |
| | Düğerleri | 31,1 | 31,7 | 34,4 | 34,5 | 33,4 | 30,9 | 32,8 | 33,3 | 36,1 | 34,9 |

Tablo 4'de Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 20 ülke içerisinde AB Ülkelereinin payları yer almaktadır. Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 20 ülke, Türkiye'nin toplam ihracatının 2017 yılında yaklaşık %69'una karşılık gelmektedir. İlk 20 ülkeye bakıldığında ise bunların 10 tanesi AB ülkesi olduğu görülmektedir. Burada Türkiye'nin ihracat yapısında AB ülkelerinin önemi kendini göstermektedir. Tablodan AB ülkelerinin payları daha ayrıntılı olarak incelenebilir.

Tablo 5: Türkiye'nin En Fazla İthalat Yaptığı 20 Ülke İçerisinde AB Ülkelerinin Payı (%)

| Sıra | Ülke | Pay (%) | | | | | | | | |
|------|-------------------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
| 1 | Çin | 10,0 | 12,8 | 12,0 | 10,3 | 9,8 | 9,0 | 9,0 | 9,3 | 9,0 |
| 2 | Almanya | 9,1 | 10,8 | 10,3 | 9,2 | 9,6 | 9,0 | 9,5 | 9,5 | 10,0 |
| 3 | Rusya Federasyonu | 8,3 | 7,6 | 9,8 | 10,4 | 10,0 | 11,3 | 9,9 | 11,6 | 13,8 |
| 4 | ABD | 5,1 | 5,5 | 5,4 | 5,3 | 5,0 | 6,0 | 6,7 | 6,6 | 6,1 |
| 5 | İtalya | 4,8 | 5,1 | 5,1 | 5,0 | 5,1 | 5,6 | 5,6 | 5,5 | 5,4 |
| 6 | Fransa | 3,5 | 3,7 | 3,7 | 3,4 | 3,2 | 3,6 | 3,8 | 4,4 | 5,0 |
| 7 | İran | 3,2 | 2,4 | 2,9 | 4,1 | 4,1 | 5,1 | 5,2 | 4,1 | 2,4 |
| 8 | İsviçre | 3,0 | 1,3 | 1,2 | 2,0 | 3,8 | 1,8 | 2,1 | 1,7 | 1,4 |
| 9 | Güney Kore | 2,8 | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 2,4 | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,2 |
| 10 | İngiltere | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,4 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,5 |
| 11 | İspanya | 2,7 | 2,9 | 2,7 | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,7 |
| 12 | Hindistan | 2,7 | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 2,5 | 2,5 | 2,7 | 1,8 | 1,4 |
| 13 | BAE | 2,4 | 1,9 | 1,0 | 1,3 | 2,1 | 1,5 | 0,7 | 0,4 | 0,5 |
| 14 | Japonya | 1,8 | 2,0 | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,5 | 1,8 | 1,8 | 2,0 |
| 15 | Hollanda | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,3 | 1,5 | 1,7 | 1,7 | 1,8 |
| 16 | Belçika | 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,6 | 1,6 | 1,7 | 1,7 |
| 17 | Polonya | 1,5 | 1,6 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,3 |
| 18 | Malezya | 1,3 | 1,0 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,7 |
| 19 | Vietnam | 1,3 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 0,5 | 0,4 | 0,4 | 0,3 |
| 20 | Çek Cumhuriyeti | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,7 |
| | Diğerleri | 29,2 | 27,4 | 28,7 | 30,2 | 29,5 | 29,4 | 28,8 | 29,0 | 29,2 |

Tablo 5'de Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı 20 ülke içerisinde AB Ülkelerinin payları yer almaktadır. Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk 20 ülkenin Türkiye'nin toplam ithalatının 2017 yılında yaklaşık %70'ine karşılık geliyor. En fazla ithalat yapılan ilk 20 ülkenin 9 tanesini AB ülkeleri oluşturmaktadır.

3. Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye ile AB arasında 01 Ocak 1996 tarihinde sanayi ürünleri ile işlenmiş tarımsal ürünleri kapsayan gümrük birliği süreci başlamıştır. Zaman içerisinde, gümrük birlliğinin Türkiye'nin ekonomik yapısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. 1996-2017 dönemi verileri kullanılarak yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Türkiye'nin toplam ihracatı 6,8 kat artarken AB'ye olan ihracat 5,9 kat artmıştır.
- Türkiye'nin toplam ithalatı 5,3 kat artarken AB'den ithalat 3,5 kat artmıştır.

- Türkiye'nin uzun dönem toplam ihracatında ortalama artış hızı % 9,0; Türkiye'nin AB'ye olan uzun dönem ihracatında ortalama artış hızı % 8,3 olmuştur.
- Türkiye'nin uzun dönem toplam ithalatında ortalama artış hızı % 7,8; Türkiye'nin AB'den olan uzun dönem ithalatının ortalama artış hızı % 5,8 olmuştur.
- Gümrük birliği sonrası Türkiye'nin ihracat performansının ithalat performansından daha iyi gerçekleştiği sonucuna ulaşılabilir.
- AB kaynaklı dış ticaret açığın toplam dış ticaret açığı içerisindeki payı 1996 yılında %57,6 iken 2017 yılında %14,7 seviyelerine gerilemiştir. Bu durum gümrük birliğinin olumlu sonuçları arasında gösterilebilir.
- Dış ticaret verilerinden elde edilebilen bir diğer sonuç ise, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı (toplam ihracatın yaklaşık %69'u) 20 ülkenin 10'u AB ülkelerinde; en fazla ithalat yaptığı (toplam ithalatın yaklaşık %70'i) ülkelerin 9'u AB ülkelerinden oluşmaktadır.
- Günümüzde Türkiye, AB ülkelerine en fazla tüketim malı ihraç ederken, en fazla hammadde (aramal) ithalatı yapmaktadır.
- Türkiye- AB gümrük birliğinin oluşturulduğu tarihten günümüze kadar geçen 19 yıllık dönemde tarafların dış ticaret yapısında dengeli bir değişimin ortaya çıktığı görülmektedir.
- Alt sektörler bazında yapılacak detaylı analizlerde, taraflar arasında gümrük birliğinin olumlu ve/veya olumsuz etkilerin tespit edilmesi; zaman içerisinde hangi mal gruplarında karşılaşmalı üstünlüklerin elde edildiği, hangilerinde karşılaşmalı üstünlüklerin kaybedildiği daha ayrıntılı ortaya konulabilir.
- Bu bağlamda Türkiye ile AB ülkeleri arasında uygulanacak bir Çekim Modeli analizinde ülkeler arasındaki ticaretin belirleyicileri tahmin edilebilir.
- Elde edilen sonuçlarla yıllar itibarıyla Türkiye ile AB ülkeleri arasında gerçekleşen dış ticaret ile potansiyel dış ticaret değerleri tahmin edilerek karşılaştırılabilir, politika önerilerinde bulunulabilir.

Kaynakça

Akçay B. ve Göçmen İ. (2012). Avrupa Birliği Tarihçe, Teoriler, Kurumlar ve Politikalar. Ankara:Seçkin Yayıncılık.

Dinler, Z. (2012). İktisada Giriş, Bursa: Ekin Yayınevi.

Dura C.ve Atik, H. (2007). Avrupa Birliği Gümrük Birliği ve Türkiye, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Hatipler, M. (2011). Türkiye- AB Gümrük Birliği Antlaşması Ve Antlaşmanın Türkiye Ekonomisine Etkileri. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(1), 14-32.

Kalaycı C. Ve Artan, S. (2010). Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkileri: Panel Veri Analizi. Dumluşpınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27(1).

Salvatore, D. (2013). International Economics. 11th Edition, USA:Wiley,

Sandalcılar, A. ve Erdoğan, S. (2017). Ekonomik Entegrasyonlar Avrupa Birliği ve Türkiye. Bursa: Ekin Yayınevi.

Seyidoğlu, H. (2002). Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, 3.Baskı, İstanbul: Güzem Can Yayıncıları.

Seymen, D. (2009). Gümrük Birliği Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Ticaretinde Ülke Yoğunlaşmasını Değiştirebilir mi?. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14, 199-220.

TÜİK (2018). Türkiye İstatistik Kurumu. (www.tuik.gov.tr)

Ünsal, E. (2004). Makro İktisat. Ankara: Turhan Kitabevi.

Peripheral Regions In The Global Economy On The Example Of The Western Border Of Poland

Arkadiusz Malkowski, Ph.D.

West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Faculty of Economics

al. Piastów 17, 70-310 Szczecin Poland

Arkadiusz.malkowski@zut.edu.pl

Abstract

Border regions are regarded as peripheral areas. In the European Union, cross-border cooperation has become an important tool used for overcoming peripherality and regional disparities. The border regions, for years treated as peripheral and declining, are currently becoming areas of a more and more robust economic growth. The article presents selected results of research conducted in the Polish western border regions. International cross-border and interregional cooperation is an important factor in the development of regions divided by a border. It is an element which changes the perception of the border. It becomes a stimulus to enter into a social and economic cooperation. An important part of cross-border contacts is the increase in border traffic and the development of border trade. The aim of this article is to present selected issues.

Keywords: peripheral regions, cross-border and interregional cooperation, international trade

JEL Codes: F62, F63

Introduction

The analysis of literature on the subject shows that differences in economic potential between specific regions are one of the main socio-economic problems tackled by scientists all over the world [Słodowa-Hełpa, 2017, Scott & Storper, 2003]. The disproportions in regional development are increasingly being considered not only within one country. They are often analyzed in international terms [Schneider & Frey, 1985, Adams 2009].

Diversification as far as socio-economic potential is concerned is a factor clearly not conducive to pro-development processes in domestic and international

terms. The disproportions in regional development are treated as a significant barrier for the development of regions [Arango, 2017].

A special category of regions from the point of view of the existing disproportions in socio-economic development are peripheral areas. They are usually referred to as regions with a low economic and social potential. They are often presented as doomed to marginalization due to the distance from the decision-making centers or their buffer nature.

A factor conducive to the development of peripheral areas is the developing international exchange. Creating a competitive economy of peripheral areas is not possible without their stronger involvement in the process of global commerce.

International commerce offers unique opportunities of using the available production factors as well as supplementing them in the process of international exchange [Malkowska, 2017].

The purpose of this article is to present the role of international exchange in the development of peripheral areas. The conducted research allowed to verify the following research hypothesis: International exchange is an important factor in the development of peripheral areas.

The research covered the Polish-German border area. The results of literature studies on the development of peripheral areas as well as on international exchange have been presented. Analyzes of statistical materials concerning commerce conducted by three voivodeships of the western Polish border (West Pomeranian, Lubusz, and Lower Silesia) were carried out.

The study used the statistical data analysis method and the descriptive method with elements of deductive reasoning. The presentation of the research results was supported by tables and graphs.

Peripheral areas in economic studies

Creation of borders is a natural process accompanying the development of civilizations. The development of nation states was related to the necessity of setting boundaries. Their course was oftentimes the cause of wars and conflicts. Therefore, in collective consciousness borders often have negative connotations, as the so called “scars of history.” Not only do they divide societies, but also often create a barrier for prosperity, democracy, values, etc. Therefore, borderlands are often an area of interest not only in economic sciences, but also for a wide circle of scholars representing social sciences.

One of the directions of research conducted in border areas concerns identification and causes of peripherality of these areas, identified most often with low socio-economic development, unsatisfactory development of technical infrastructure, progressive depopulation [Malkowska, 2015].

The transformations taking place at the turn of the 20th and 21st centuries fundamentally changed the perception of numerous borders. In particular, this applies to the European continent, where, as a result of integration, the borders have lost their isolating character. Similar – though on a much smaller scale – processes take place all over the world, which as part of the ongoing globalization process is more and more open to free trade and the flow of labor and capital [Słodowa-Hełpa, 2017].

Nonetheless, it should be emphasized that despite the ongoing process of strengthening cooperation as part of creating a global economy, many borders continue to play the role of a barrier that is difficult to cross, both physically and mentally. An example of this is the US-Mexico border or the external borders of the EU.

Contemporary studies on the development of peripheral areas should be based on identifying the impact of economic integration of the development of border regions. It especially concerns determining the developmental and competitive potential of border areas, and also the institutional, infrastructural, economic, and political conditions of peripherality [Słodowa-Hełpa, 2003, Malkowska, 2016].

In the traditional approach to the concept of peripheries, the importance of spatial factors determining the lower level of socio-economic development is pointed out [Chromy & Janu, 2003]. These include above all the unfavorable geographical location in reference to their distance from central regions or decision-making centers of national or international character [Malkowski, 2011].

International exchange of the borderland of western Poland

The area of the western Polish border is a region directly bordering Germany and comprising of three voivodeships: West Pomeranian, Lubusz, and Lower Silesian. It is inhabited by over 2 million people. The peripherality of this area is not only due to geographical factors. The distance from the decision-making center in Warsaw was certainly one of the factors not conducive to the development of the region. The cross-border character of the region was also important in the weakening of development processes. For decades, the closely guarded border and

rigorous rules on residing and investing in the border zone caused the peripherality of the western borderland to deepen.

The agricultural character of the region and the lack of strong industrial centers caused an extremely difficult social and economic situation of the area in the 1990s [Zieziula & Malkowska, 2010]. The fall of State Farms and the few state-owned industrial plants caused an escalation of unfavorable social and economic phenomena. This concerned primarily a sudden increase of unemployment and migration of residents to other regions of the country and abroad.

Attempts to counteract the ongoing process of marginalization of this area concerned mainly: increasing its competitiveness through the development of modern industry and services, and developing cross-border – including euroregional – cooperation [Malkowska, 2013; Wilkin, 2003; Perkmann, 2003]. It was possible owing to the progressive process of Poland's integration with EU structures. It especially concerned the limitation of border regimes. The limitation and, as a consequence, abolition of border control, introduction of free flow of persons, goods, services, and capital, became significant factors for the development of international exchange and the development of the western borderland areas.

The development of international exchange is often presented in literature as one of the key factors of regional development [Cox & Furlong, 1997; Malkowska, 2017; Słodowa-Helpa, 2013].

Opening the region's economy to contacts with foreign countries allows to manage the available production factors more effectively [Komornicki, 2006]. It affects the modernization of production processes. Achieving greater effectiveness in terms of increasing the efficiency of management (rational use of all types of resources) is possible owing to lowering the costs of manufacturing products. Lower costs are the result of the increase in the scale of production and a fuller use of the productive potential. Moreover, import of goods and services is also perceived as a process which might positively affect the economy of the region. Owing to the development of international exchange, it is possible to obtain scarce production factors. This allows the development of production with the use of internal resources supplemented with imports. Import is often the only source for the acquisition of modern technologies and know-how. International exchange makes it possible to solve the issue of access to consumer goods, which affects the residents' quality of living.

The literature on the subject and observations of the economic transformations in the western borderland area indicate that the benefits of the development of international exchange are directly derived by producers and consumers.

Producers are able to find a market, while consumers have a wider choice of goods to meet their needs. The benefits for these two types of entities were and are a prerequisite for the existence and development of international trade. In addition, many more entities benefit from international trade (merchants, transport and insurance companies, countries through which trade is carried out). Therefore, introducing free economic exchange in place of an economy with numerous constraints leads to favorable changes in the economy of peripheral regions. Numerous studies indicate that export and import constitute factors activating the territorial socio-economic potential of border areas [Wilkin 2003; Malkowska, Malkowski 2011].

Conducted literature studies have shown that the publications on Polish foreign trade are mainly focused on the overall inclusion of exports and imports on a national scale, not including the characteristics of the economy on a regional basis [Szejgiec, Komornicki, 2015, Mazur 2011].

It is a significant gap in the knowledge in the field of regional development. The process of international exchange is of great importance from the point of view of peripheral regions which are building their competitiveness [Malkowska, Malkowski, 2011].

Border regions are predestined to sell abroad due to their geographical location [Mogiła, Zaleski, Zathey (eds.), 2011]. What is also important is the access to the unused production factors which might build the investment attractiveness of the region. In the era of globalization, foreign exchange including export constitutes one of the most rapidly developing forms of economic activity [Malkowska 2017]. An example of this are numerous border markets operating throughout the entire Polish-German border area, as well as a dynamically developing sphere of services related to border traffic.

In search of confirmation of the research hypothesis, data on international exchange carried out by voivodeships forming the Polish-German border area in 2010-2015 were collected and provided.

Table 1. Value of export, import and foreign trade balance of goods in western Poland borderlands in 2010-2015 (in millions of USD)

| Years | Import | Export | Balance |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | [millions of USD] | [millions of USD] | [millions of USD] |
| West Pomeranian voivodeship | | | |
| 2010 | 3567.48 | 4848.88 | 1281.4 |
| 2011 | 4747.87 | 5986.41 | 1238.54 |
| 2012 | 4233.36 | 5405.37 | 1172.01 |
| 2013 | 4327.38 | 5880.43 | 1553.05 |
| 2014 | 5879.24 | 4244.99 | -1634.25 |
| 2015 | 4378.06 | 5168.29 | 790.23 |
| Lubusz voivodeship | | | |
| 2010 | 3379.16 | 4717.11 | 1337.95 |
| 2011 | 4533.49 | 5449.48 | 915.99 |
| 2012 | 2709.18 | 4777.43 | 2068.25 |
| 2013 | 3298.11 | 5349.75 | 2051.64 |
| 2014 | 6211.27 | 4075.88 | -2135.39 |
| 2015 | 3510.27 | 6133.18 | 2622.91 |
| Lower Silesia voivodeship | | | |
| 2010 | 14599.17 | 19055.03 | 4455.86 |
| 2011 | 16527.25 | 22279.07 | 5751.82 |
| 2012 | 15968.06 | 21338.38 | 5370.32 |
| 2013 | 16344.18 | 21913.34 | 5569.16 |
| 2014 | 22263.07 | 17536.69 | -4726.38 |
| 2015 | 15347.54 | 18886.09 | 3538.55 |

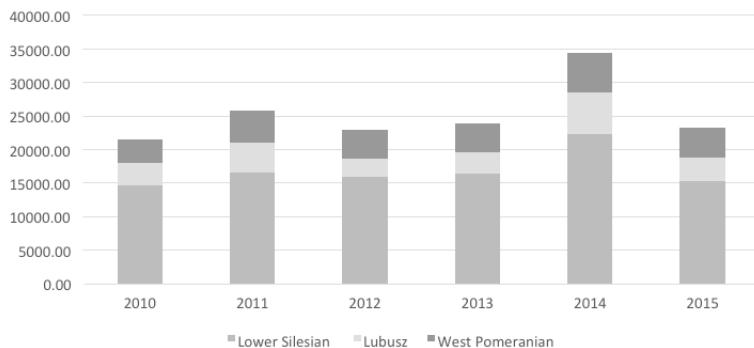
Source: Own study and calculations on the basis of data from the Analytical Center of Customs Administration.

In the researched period 2010-2015, in the western borderland covering the three indicated voivodeships the cumulative value of imports remained at a similar level - (Figure 1).

Only in 2014 was there a significant increase of over 30% in import compared to the previous year. The Lower Silesia Voivodeship was characterized by particularly high dynamics of import growth in 2014 (36% increase in import value as compared to 2013). In the case of other voivodeships, an increase in the import value was also visible, albeit on a smaller scale.

In 2014, all voivodeships of the western borderland also recorded a negative balance in international exchange. The lowest negative balance in the value of international trade was obtained by the West Pomeranian voivodeship (-1634.25 million USD) and the largest by the Lower Silesia voivodeship (-4726.38 million USD) - (Table 1).

Fig. 1. The value of imports in years in millions of USD

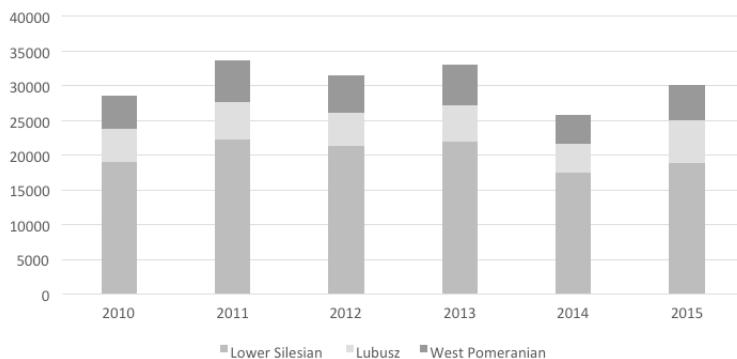


Source: own study on the basis of data from the Analytical Center of Customs Administration

It should be noted, however, that in the researched period only in 2014 was the value of import higher than the value of export in all three voivodeships.

The analysis of the cumulative value of exports indicates that in the following years the value of exports was changing dynamically (Fig. 2).

Fig. 2 Value of export in millions of USD



Source: own study on the basis of data from the Analytical Center of Customs Administration

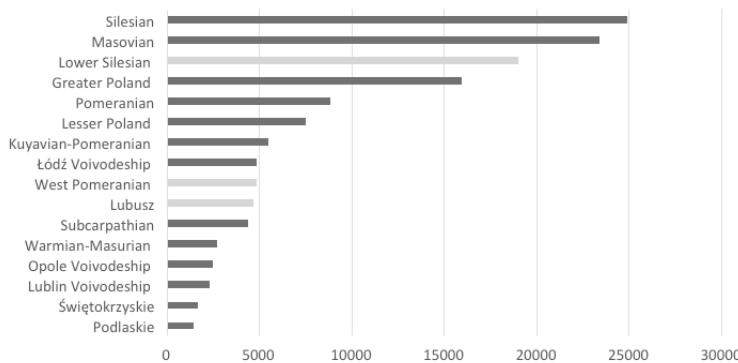
The highest value of cumulative exports in the western borderland was obtained in 2011, and the lowest in 2014. The reasons for this unfavorable situation were, among others, a general weakening of the economic situation, regress in the sale of investment goods, such as means of transport, the effects of Russia's unfavorable trade policy towards Poland and the decline in Polish exports to this country. Undoubtedly, the reason for reducing exports was also the weakening of the economic situation in Germany and other European partners [see *Polski eksport... 2014*].

The leader in terms of export value in the entire period covered by the study was the Lower Silesian voivodeship. This confirms previous research on the level of competitiveness of peripheral regions, which indicated high competitiveness of this region [Malkowski, 2018]. Undoubtedly, it is influenced by the dominant role of Wrocław agglomeration. As one of the fastest developing cities in Poland, Wrocław is an important production and service center in the southern part of the Polish western borderland.

The export value of the Lower Silesia Voivodeship is on average three times higher than the export value of the West Pomerania and Lubusz voivodeships. This indicates a clear polarization of the development of the western borderland region. The Lubusz and West Pomeranian voivodeships in subsequent years covered by the study obtained similar export revenues.

At the same time, it should be noted that in terms of the value of international exchange of the western border region, they achieve better results than voivodeships of the eastern borderland (Podlaskie, Lublin, and Podkarpackie voivodeships) – (Fig.3). At the same time, only the Lower Silesian Voivodeship ranked in the top three provinces with the largest exports.

Fig. 3. The value of exports by voivodeships in Poland in 2010



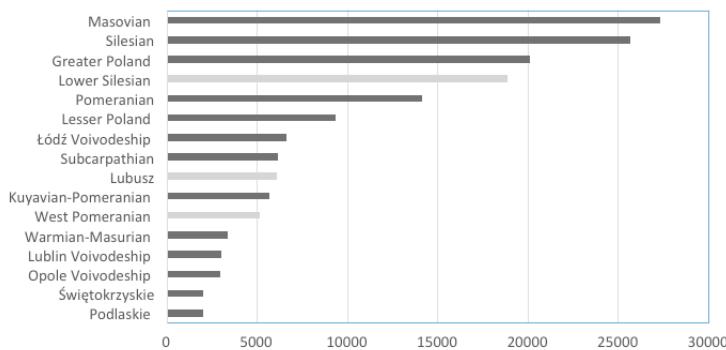
Source: own study on the basis of data from the Analytical Center of Customs Administration

In 2015, the situation changed. The three best voivodeships in terms of exports in Poland are: Masovian, Silesian, and Greater Poland. The Lower Silesian voivodeship was in the fourth place (Fig. 4).

The foreign exchange of the Lubusz voivodeship increased, which in this respect obtained higher values than the West Pomeranian voivodeship. (In 2010, the West Pomeranian voivodeship achieved a higher export value than the Lubusz voivodeship.)

The significance of exports for the region's economy can be reflected by the ratio of the value of exports to the value of GDP (the so-called export rate) [Brzeczek-Nester 2015]. The export rate indirectly indicates how export-oriented the economy of the region is. The higher the value of this indicator, the more open the economy of the region is to international exchange, and its effects are important for its development.

Fig. 4. The value of exports by voivodeships in Poland in 2015



Source: own study on the basis of data from the Analytical Center of Customs Administration

In the analyzed period, the highest value of the exports-GDP ratio was reached by the Lower Silesian voivodeship. It should be noted, nevertheless, that in 2010 that value was 52.3% and was higher than in 2015. In 2015, the export rate in the West Pomeranian voivodeship was only 48.6%, which might indicate a decreasing share of pro-export activity in the economy of this province (Table 2).

Table 2. The ratio of export value against Gross Domestic Product (GDP) for Poland and western borderland voivodeships in 2010-2015 (in%)

| Years | Export/GDP | | |
|-------|-----------------------------|--------------------|---------------------------|
| | West Pomeranian voivodeship | Lubusz voivodeship | Lower Silesia voivodeship |
| 2010 | 26.3 | 49.1 | 52.3 |
| 2015 | 29.7 | 34.8 | 48.6 |

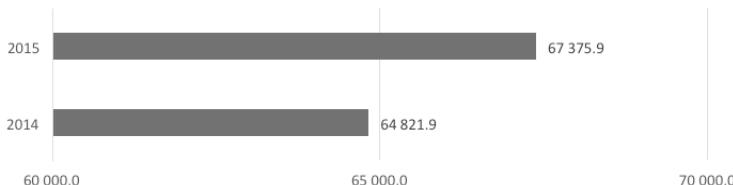
Source: own study and calculations on the basis of: data from the Analytical Center of Customs

Administration; Local Data Bank of the Main Statistical Office; annual macroeconomic indicators. Foreign trade, GUS The situation is similar in the case of the Lubusz voivodeship. In 2010, the export rate indicator in the Lubusz Voivodeship was 49.1%, which indicated a strong link between the region's economy and pro-

export activity. In 2015, the value of this indicator was only 34.8%. This means a declining share of export activity in generating the region's GDP. Considering the export revenue, this may be indicative of the increasing productivity of other forms of economic activity in the region.

Only in the case of the West Pomeranian voivodeship, compared to 2010, the export rate increased by over 2 percentage points. This may be evidence of the growing share of export activity in generating the region's GDP and the growing openness of the voivodeship to international cooperation. Another important factor of socio-economic development related to the growth of international cooperation is the increase in border traffic. As indicated by numerous studies, cross-border trade is one of the important factors for the development of peripheral areas [Nielsen, S. B. 2002]. Integration with the EU, Poland's entry into the Schengen area, resulted in the revival of cross-border traffic. Owing to the freedom to cross the border, cross-border trade developed. Border bazaars in Łęknica, Osinów Dolny, and Ślubice have become the symbol of cross-border entrepreneurship.

Fig. 5. Foreigners crossing the Polish-German border in the years 2014-2015.



Source: own study on the basis of data from Border Guard

In the following years, on both sides of the border large shopping centers were established (in Schwedt, Szczecin, and Wrocław), which took over some of the functions of the border markets, complementing their offer.

The development of cross-border trade is possible due to the increase in border traffic from year to year. According to the Border Guard's data, in 2014, the Polish-German border was crossed by over 64 million foreigners and over 40 million Polish citizens.

In 2015, the number of foreigners crossing the Polish-German border increased to over 67 million, while the number of Poles – to over 41.6 million.

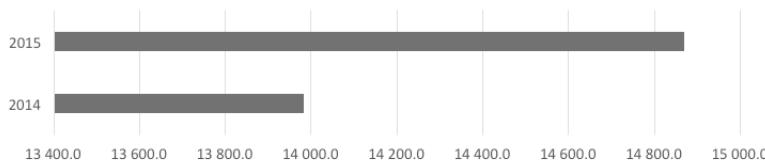
The conducted research indicates that more than 90% of the foreigners crossing the border name shopping as their reason to come to Poland. Most of them travel a distance of no more than 50 km from the border. This means that the vast majority of purchases are made directly in the border area.

According to the data of the Main Statistical Office, in 2014, foreigners crossing the border spent more than PLN 13.9 billion in Poland, and in 2015, more than PLN 14.9 billion (Fig.6)

Thanks to expenses borne by foreigners in the area of the Polish-German border, the sphere of services also developed dynamically. This applies in particular to hairdressing and cosmetics services, car repairs, construction services.

In 2015, the number of foreigners crossing the Polish-German border increased to over 67 million, while the number of Poles - to over 41.6 million. The conducted research indicates that more than 90% of the foreigners crossing the border name shopping as their reason to come to Poland. Most of them travel a distance of no more than 50 km from the border. This means that the vast majority of purchases are made directly in the border area. According to data obtained by the Main Statistical Office, in 2014, foreigners crossing the border spent more than PLN 13.9 billion in Poland and more than PLN 14.9 billion in 2015.

Fig. 6. Expenses of foreigners crossing the Polish-German border in millions of PLN



Source: own study on the basis of data from Border Guard

In the last 5 years, a dynamic increase in the so-called medical tourism can be observed. It also applies to Polish citizens who, taking advantage of the so-called cross-border directive, can use German medical facilities. This applies

in particular to specialized procedures for which in Poland there is a very long waiting period (cataract surgery, orthopedic surgery, etc.).

Poles are also increasingly visiting shopping centers or sports and recreation centers (eg. Aquaparks) located by the German border.

In 2014, Polish citizens crossing the Polish-German border spent more than PLN 6.1 billion and in 2015 more than PLN 6.5 billion. These funds, as in the case of foreigners, are mainly spent in the border area.

The scale of border traffic and expenses borne by people crossing the border indicate that border traffic is an important factor building the economy of the Polish-German border area.

Thanks to the development of trade and tourism, certain barriers in the mentality of Polish and German society have been broken. The border which used to divide two hostile nations becomes barely noticeable. Many Polish families decide to settle on the German side of the border. It is especially visible in the area of Szczecin. Nearby German towns and villages are often inhabited by Poles in 30-40%. It is an entirely new phenomenon in the borderland zone.

The area of Poland's western borderland in no longer associated exclusively with agriculture and processing industry. Its competitiveness in national and international terms is created by a strongly developed service sector as well as industry. The development of smart specializations (chemical industry, machine industry, furniture production, tourism) allowed to concentrate financial resources on the activation of those branches of economy which had been considered important for the region.

Conclusion

The presented research results constitute merely a part of the broad research issues on the development of the areas of the Polish western borderland.

The long-term research conducted by the author on the socio-economic development of the Polish-German borderland shows that the area has undergone a number of changes in the last 25 years.

Along with the change of the border's function, the area of the Polish-German borderland opened to international cooperation. Its manifestation is the development of trade. In the period covered by the study, both the value of exports and imports in subsequent years changed dynamically.

Only in 2014, the value of imports was higher than the value of exports. In other years, the value of exports was clearly higher, which may indicate the competitiveness of products produced in the border area.

At the same time, in the period of 5 years covered by the study, the western border region did not manage to significantly increase sales abroad. In comparison with other regions of Poland in terms of export value, the situation of the western borderland deteriorated.

In the case of Lower Silesia and Lubusz voivodeships, research has shown that international exchange plays a less and less significant role in generating regional GDP. Only in the case of the West Pomeranian voivodeship, the export rate increased in the period under consideration.

The increase in the importance of exports in the West Pomeranian economy may result from: better use of the advantages of the border geographical location, further development of the best industries in the export of goods and services, development of smart specializations.

An important element of the socio-economic development of the border region is also the increase in border traffic and related income. In recent years, the expenses of both foreigners and Poles crossing the western border have clearly increased. This indicates the potential for the development of cross-border trade in the region.

References

Adams Jr, R. H. (2009). The determinants of international remittances in developing countries. *World Development*, 37(1), pp. 93-103.

Arango, J. (2017). Theories of international migration. In *International migration in the new millennium* (pp. 25-45). Routledge.

Brzeczek-Nester D. (2015), Polski eksport w latach 1999-2014 – kluczowe tendencje w ujęciach ilościowym, branżowym i geograficznym [in:] B. Drelich-Skulská, W. Michalczyk, M. Domiter (eds.), *Globalizacja – gra z dodatnim czy ujemnym wynikiem?* Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.

Chromy, P., & Janu, H. (2003). Regional identity, activation of territorial communities and the potential of the development of peripheral regions. *Acta universitatis carolinae-Geographica*, 38(1), pp. 105-117.

Cox, A., & Furlong, P. (1997). Cross-border trade and contract awards The intellectual myopia at the heart of the EU procurement rules. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 3(1), pp. 9-20.

Hernik, J., & Lascu, D. N. (2012). Small and medium enterprises service pricing strategies in an economic crisis environment. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, 69.

Komornicki T. (2006), Eksport w ujęciu regionalnym jako miernik rozwoju przemysłu, "Prace Komisji Geografii Przemysłu," No. 8.

Konkurencyjność-główne wyzwanie dla polskich wspólnot lokalnych i regionalnych w zintegrowanej Europie. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*, (16), pp. 111-129.

Malkowska, A. (2013). Strategia rozwoju Euroregionu Pomerańia a budowa konkuren-cyjnego regionu przygranicznego. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (307), pp. 353-362.

Malkowska, A. (2015). Wybrane aspekty funkcjonowania euroregionu Pomerańia. *Zesz. Nauk. USzczec.*, Współczesne Problemy Ekonomiczne. Globalizacja. Liberalizacja. Etyka, 10, pp. 23-31.

Malkowska, A. (2016). The Barriers to and Directions of Cross-Border Cooperation in the Northern Part of the Polish-German Borderland. *Współczesne Problemy Ekonomiczne*, (12), pp. 9-20.

Malkowska, A. (2017). Eksport jako czynnik rozwoju województw zachodniego pogranicza Polski. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(2, cz. 3 Strategia jednostki samorządu terytorialnego w realiach współczesnego otoczenia), pp. 57-75.

Malkowska, A. (2017). ZNACZENIE USŁUG W HANDLU ZAGRANICZNYM WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO. *Research Papers of the Wrocław University of Economics/Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (489).

Malkowska, A., & Malkowski, A. (2017). Eksport jako czynnik rozwoju województw wschodniego pogranicza Polski. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, (86), pp. 43-50.

Malkowski, A. (2004). Rola granicy w rozwoju lokalnym. *Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica*, 43, pp. 129-133.

Malkowski, A. (2011). Regiony przygraniczne jako terytoria peryferyjne na przykładzie wschodniego i zachodniego pogranicza. Problemy regionalizmu i globalizacji Prace Naukowe Uniwersytetu Wrocławskiego, (221), pp. 364-372.

Malkowski, A. (2018). Creating Competitiveness of Peripheral Areas: The Study of Poland's Eastern Border Regions. Journal of Corporate Responsibility and Leadership, 4(2), pp. 73-87.

Mazur, R. (2011). Innowacje pracownicze jako element budowy gospodarki opartej na wiedzy, w: Wybrane aspekty przemian strukturalnych, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, pp. 276-284

Nielsen, S. B. (2002). Cross-border shopping from small to large countries. Economics Letters, 77(3), pp. 309-313.

Perkmann, M. (2003). Cross-border regions in Europe: Significance and drivers of regional cross-border co-operation. European Urban and regional studies, 10(2), pp. 153-171.

Polski eksport rośnie jak na drożdżach, ale są zagrożenia (2014), [online] <http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/polski-eksport-rośnie-jak-na-drozdza-ch-ale,119,0,1651063.html>, accessed: 20.05. 2018.

Schneider, F., & Frey, B. S. (1985). Economic and political determinants of foreign direct investment. World development, 13(2), pp. 161-175.

Scott, A., & Storper, M. (2003). Regions, globalization, development. Regional studies, 37(6-7), pp. 579-593.

Słodowa-Hełpa, M. (2013). Inteligentna specjalizacja polskich regionów–warunki, wyzwania i dylematy. Roczniki Nauk Społecznych, 5(41), p. 1.

Słodowa-Hełpa, M. (2017). Między globalizacją a głokalizacją. Studia Oeconomica Posnaniensia, 5(5 Współczesne wyzwania rozwojowe w ujęciu globalnym i regionalnym), pp. 7-22.

Szejgiel B., Komornicki T. [2015] Spatial differentiation of Polish export linkages, "Geographia Polonica," No 88, 1, pp. 173-178.

Wilkin J. (2003), Peryferyjność i marginalizacja w świetle nowych teorii rozwoju (nowa geografia ekonomiczna, teoria wzrostu endogennego, instytucjonalizm) [in:] A. Bołtromiuk (ed.), Regiony peryferyjne w perspektywie polityki strukturalnej Unii Europejskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymostku, Białystok

Zieziula, J., & Malkowska, A. (2010). Rybołówstwo Zalewu Szczecińskiego-charakterystyka i znaczenie dla rozwoju gmin pobrzeża. Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Szczecinie.

Happiness in Elderly Living in Nursing Home: a Single Case Study

Vitriyanti Sukarno Karyo

Faculty of Psychology, Universitas Indonesia

Email: vitri.yanti85@gmail.com

Statistical data showed that there were 20.5 million elderly in Indonesia. Four million of them were homeless. To overcome this situation, Indonesian government provided free nursing home. High number of neglected elderly and lack of facilities owned by the nursing home could make the services and capacity not optimal. This situation could lead to lack of happiness in some elderly which in turn impact to the overall situation in the nursing home. In this study, we used qualitative analysis with the deep interview. The sample of this study was TM, 75 years old woman who live in the nursing home. Since her arrival, the situation in the nursing home became less comfortable, not only for the other residents but also for the officers, which in turn influence the happiness of all stakeholder's in the nursing home. The number of conflicts was escalated. The result showed that TM was cheerless so that she often initiate conflict toward her environment. TM also evaluated herself as the most beautiful and attractive woman in the nursing home and she was disturbed by her roommate that was more popular than her. She reportedly had a narcissistic, aggressive, and immature tendency. TM was diagnosed to have phase of life problems, especially problem associated with the nursing home. To explore TM's problems deeper and reduce unpleasant situation in the nursing home, counselling to foster insight that TM couldn't control everyone to love her and fulfil her needs and applying Acceptance and Commitment Therapy can be used as a preventive action.

Keywords: Elderly, Nursing Home, Happiness, Conflict, Qualitative

JEL Code: Category I, Code I31 (General Welfare, Well-Being)

Introduction

Data from Ministry of Social Services (Kemensos RI) showed that there were 20.5 million elderly in Indonesia. This amount was equal to 20% of total population in Indonesia. While globally, the number of elderly (aged 60 and over)

is projected to elevate dramatically between the years 2000 to 2050 (Bloom et al., 2009). Four million elderlies in Indonesia were homeless (Kemensos RI). To overcome this situation, Indonesian government provided 27 free nursing homes (Kemensos RI). Most of the residents were forcedly taken by officers from the streets (especially in nursing home served by government) and a small portion of them came to live in the nursing home by them self (most of them are in the private nursing home). High number of neglected elderlies and lack of facilities owned by the nursing home could make the services and capacity not optimal. This situation could lead to lack of happiness in some elderly which in turn impact to the overall situation in the nursing home.

Happiness is a construct with many terms and the term ‘happiness’ itself has been registered in international psychological abstract since 1973. Happiness is another term for well-being or subjective well-being. Another common term is quality of life and life satisfaction (Lu & Shih, 1997). The term subjective well-being has been a research subject in many disciplines, not only in psychological field (Diener 1984, 2006; Veenhoven, 1984, 2008). Happiness is important because it could lengthen the longevity of someone (Sadleret al., 2011).

The research conducted by Lu (1995) gained two respond categories while asking about happiness: having positive emotion (such as joy) and feeling satisfied with life as a whole and as a part. Diener (2006) defined happiness as a subjective expression of personal welfare that comprises an evaluation of one’s own emotional state and satisfaction with life. Happiness is a very complex variable which affected by various predictors. Luchesi et al. (2018) found that happiness was correlated with age, the older someone, the lower level of happiness they possess. This finding was condtradict with Lobos’ et al. (2016) which found that older age was related with increase in happiness. Happiness reached its peak on the age of 73, and would decrease since that point, following a “u shape” trajectory. Besides age, social capital factor, socio economic status (Baranowska-Rataj et al., 2013; Luchesi et al., 2018), social participation (Luchesi et al., 2018; Seligman, 2003), psychological factors, mental health (Luchesi et al., 2018), and social support (Seligman, 2003) were also known to be related factors to happiness. Contradict to previous finding by Neocleous et al. (2015) which stated that the level of relations with family was a main factor and predictor of happiness among elderly. Happiness was more related with living environment, not with their daily activity. Various findings about it was not surprising, since happiness itself was

strongly influenced by culture (Veenhoven, 2012). Different cultures would have different characteristics.

Among developed countries, research about happiness in elderly was seen as an important subject because happiness was predicted as a factor of successful aging (Sumngern et al., 2010). Some researchers also started to explore happiness among this population. Dixon et al (2010) found the benefit of gambling activity in increasing happiness among elderly in nursing home. Moore et al. (2007) also found that joining several activities (including the small ones) could increase happiness among elderly in nursing home. Adhikari (2016) found that elderly who lived in nursing home more than 10 years would have disturbance in mental health and feel lonely. 82% of the elderly were longing for their grandchildren and family. They also had low interest to interact with other residents in the nursing home because of difference in attitude and behaviour. Mitchell and Kemp (2000) found that the most significant factor or predictor of problematic elderly's quality of life in the nursing home were social environment and social activity. Moreover, warm and low-conflict environment could increase the quality of life among the residents. High-conflict environment would be full of tension and crises among the residents as well as the facilities (Moos & Lemke, 1992). Hence, we can conclude that increase of conflicts in nursing home would lead to increase of crises there. This condition would not only have psychological impacts among the residents, but also cause economical loss such as high numbers of facility damage in the nursing home. Greater cost implication was found in conflict between roommate (Calkins et al., 2007).

Most of the residents of nursing home provided by the government were forcedly taken by officers from the streets. When elderly live in the nursing home forcedly, they could feel unsatisfied with their life. Moreover, high number of conflicts in the nursing home would also effect the level of life satisfaction among elderly. The level of happiness among elderlies who were forcedly live in the nursing home and often involved in conflicts would decrease their level of happiness.

Unlike developed countries, research about happiness among elderlies from low to middle income countries are still very few (Luchesi et al., 2018), especially about happiness among elderlies living in the nursing home. We believed that this research would be beneficial to increase psychological well-being as well as economic values for elderlies and nursing home. Qualitative approach was chosen in order to gain holistic understanding about this phenomenon (Poerwandari, 2013).

Method

Participants

In this study, one resident named TM, an elderly living in nursing home Budi Mulya 03 Jakarta, Indonesia were interviewed. TM was selected as participant of this study because the officer recommended her to the researcher. According to the officer, TM was the most difficult resident to manage. She always acts off-handedly. Since TM's arrival, conflicts in the nursing home increased. She was 75 years old and has been stayed in the nursing home for around 6 months (3 months in the general social homes and the officer moved her to nursing home later). TM was an only child in her family.

According to TM, her family was pretty wealthy. When TM was a teenager, she found out that her father had more than one wives. Hence TM had step brothers/sisters from her father's marriage. At the time when his father passed on his inheritance, TM was the only child who did not get his father's inheritance, while her step brothers/sisters got plenty. Besides, TM also often felt disappointed by her spouses. She had been married three times. Her husbands left her because of various of reasons, one of them was because of cheating. The theme 'betrayed' always occurred in her life. Besides unpleasant memories, TM also had several glory memories, such as singing in front of Indonesia's first president. She always told that story to everyone, in order to make others respect her. When TM started to live in the nursing home, the nursing home already had "the star", a grandma who worked in Indonesian Embassy in the United States who was pretty fluent in English. Everytime the nursing home held an event, the grandma always be the center of attention. This condition made TM felt competed, hence she often did some things which disturbed the nursing home.

Procedure

Data collection

This research adopted a qualitative approach to reflect the exploratory nature of the study. This research was conducted with unstructured interviews and observations. The researcher interacted directly with TM and other residents as well as the nursing home's officer in two weeks. Before collecting data, the researcher built rapport with the participants. While interacting with TM, sometimes the

researcher asked several questions about happiness to her. In order to strengthen the result of this study, the researcher also observed TM's daily life in the nursing home. The researcher also figured out several informations about TM to the officers and other residents. The data reported here were mainly responses to two questions: (a) "Do you feel happy to live in the nursing?" and (b) "What makes you happy?". The process of interview was not limited by time.

Data analysis

In this study, the collected data were processed through several stages: 1) transforming interview result into transcript, 2) re-reading the transcript, 3) writing any informations while reading the transcript (including making conclusion and temporary interpretation), 4) listing list of themes from the interview, 5) categorizing theme of interviews (Poewandari, 2013).

Result

The result showed that TM was cheerless so that she often initiate conflict toward her environment. TM had very high self-esteem, TM evaluated herself as the most beautiful woman in the nursing home hence she was uncomfortable with her roommate who was more popular than her. TM was diagnosed to have phase of life problems, especially problem associated with the nursing home (DSM-IV-TR).

According to TM, she did not feel happy living in the nursing home because of various of reasons, such as: unable to gather with her grandchildren, nephews/nieces, and friends, unable to work and generate money, treated equally with other elderlies while she believed that she was not an elderly. Besides, TM also did not like to be united with other residents who were unhygienic and not mentally healthy according to her.

TM would feel happy if she had a lot of money. When she lived in the nursing home, she could not geneate money. She also believed that everyone will obey her if she had money to pay them. This includes to pay free access to come and go from the nursing home. Hence, TM tried to spread the informations about her glorious time, that she had been a part of the most important people in Indonesia, which was the first president. TM also often told that she has close relationship with several public figures in Indonesia. She did it to gain respect and special treatment from her environment. When the environment did not respond her the way she expected, TM started to act arbitrarily which disturbed other residents

and officers. TM also often blamed other residents and reported them to the officers, hoping that the officer would defend her. While in reality, the officers and other residents felt even more disturbed by her actions.

TM stated she would also feel happy if her close families and friends cared about her. She had high expectations that someday they would pick her up from the nursing home. In reality, nobody came to visit TM in the nursing home since her arrival. This condition decreased TM's happiness. This finding is consistent with the research from Neocleous et al. (2015) which found that diminishing happiness among older people living in nursing home was related to the lack of any visits from their families.

According to TM, she would feel happy if she could spend the rest of her life with her nephews/nieces and her grandchildren. This finding is consistent with the research conducted by Jaafar et al. (2012) which found that for Indonesian and Malaysian, families are still the main source of happiness because both of those countries tend to live with collectivism values. Living in nursing home made TM suffered from several psychosocial and environmental problems including feeling of neglect, loss of importance in the family, loneliness and feeling of unwantedness in family as well as society, feeling of inadequacy (Aacharya, 2012). Although TM was actively joining several activities in the nursing home, such as morning sport and spiritual activity, those activities did not change her happiness condition. This condition was contradicted with the finding from Moore et al. (2007) which stated that actively involved in several activities, including the minor ones, could increase happiness among elderly in the nursing home.

Discussion

This research was contributed to the literatures about happiness in the elderly population, especially elderly who lives in nursing home. Based on the results of this study, TM's main problem was the absence of acceptance from TM to her current condition. To explore deeper about TM's problems and to reduce unpleasant situation in the nursing home, counselling to foster insight that TM couldn't control everyone to love her and fulfil her needs and applying Acceptance and Commitment Therapy (ACT) can be used as a preventive action. Counselling has utilized to gain positive psychology, one of them is to improve subjective well-being (Magyar-Moe et al., 2015). ACT has known its effectiveness to improve quality of life (Johnston et al., 2010; Masuda et al., 2011). Moreover, better screening, and

treatment of mental health could increase feelings of happiness among elderly (Luchesi, 2018). Since conflict between residents has a high cost implication (Calkins et al., 2007), doing psychological intervention toward resident who initiate the conflict (the source of the conflict) will has cost-benefit for the government.

This research had several limitations. The results of this study could not be generalized because the sample was only one person. On future studies, the researcher could combine qualitative and quantitative method to strengthen the results and to decrease subjectivity factors. The size of participants could also be added in order to generalize the results. The researcher could also implement proper intervention method hence the method could be used by practitioners.

Acknowledgements

This study was supported by Indonesia Endowment Fund for Education (LPDP).

Disclosure statement

The content of this paper has not been published or submitted for publication hence and is not under deliberation for publication otherwhere. There is no potential conflict of interest was reported by the authors.

References

Aacharya A (2012) Depression, loneliness and insecurity filling among the elderly female, living in old age homes of Agartala. Indian Journal of Gerontology 26: 524-536.

Adhikari, H. (2016). Family or old age home–which is appropriate for happiness of elderly at post retirement life in India? : a reflection from a study. Adhikari, J Gerontol Geriatr Res 2016, 5:3 <http://dx.doi.org/10.4172/2167-7182.1000305>

American Psychiatric Association. (2000). Diagnostic and statistical manual of mental disorder fourth edition text revision. USA: American Psychiatric Association.

Baranowska-Rataj, A., Matysiak, A., Mynarska, M. (2013). Does lone motherhood decrease women's happiness? evidence from qualitative and quantitative research. J Happiness Stud DOI 10.1007/s10902-013-9486-z

Bloom, D., Canning, D., Fink, G. (2009). The graying of global population and its macroeconomic consequences. Working Paper no. 47 (online). Available online at: <http://>

www.hspf.harvard.edu/pgda/ WorkingPapers/2009/PGDA_WP_47.pdf (accessed 27 October 2011).

Calkins M, Cassella, C. Exploring the cost and value of private versus shared bedrooms in nursing homes. *Gerontologist*. 2007;47:169–183.

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.

Diener, E. (2006). Guidelines for national indicators of subjective well-being and illbeing. *Applied Research in Quality of Life*, 1(2), 151–157. <http://dx.doi.org/10.1007/s11482-006-9007-x>.

Dixon, M. R., Nastally, B. L., Waterma, A. The effect of gambling activities on happiness levels of nursing home residents. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 2010, 43, 531 535 Number 3 (Fall 2010). <https://www.kemsof.go.id/>

Jaafar, J. L., Idris, M. A., Ismuni, J., Fei, Y., Jaafar, S., Ahmad, Z., Ariff, M. R. M., Takwin, B., Sugandi, Y. S. (2012). The sources of happiness to the malaysians and indonesians: data from a smaller nation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 65 (2012) 549 – 556.

Johnston, M., Foster, M, Shennan, J; Starkey, N. J., Johnson, A. (2010). The effectiveness of an acceptance and commitment therapyself-help intervention for chronic pain. *The Clinical Journal of Pain*: June 2010 –Volume 26 - Issue 5 - p 393-402 doi: 10.1097/AJP.0b013e3181cf59ce

Lobos, G., Lapo, M. C., & Schnettler, B. (2016). In the choice between health and money, health comes first: An analysis of happiness among rural chilean elderly. *Cadernos de Saude Publica*, 32(5), 1–12. <http://dx.doi.org/10.1590/0102-311X00032215>.

Lu, L. (1 995). The relationship between subjective well-being and psychosocial variables in Taiwan. *The Journal of Social Psychology*, 135, 351-357.

Lu, Luo & Shih, Jian, B. (1997). Sources of Happiness: A Qualitative Approach. *The Journal of Social Psychology*, 137:2, 181-187, DOI: 10.1080/00224549709595429

Luchesi, B. M., de Oliveira, N. A., de Moraes, D., de Paula Pessoa, R. M., Pavarini, S. C. I., Chagasa, M. H. N. (2018). Factors associated with happiness in the elderly persons living in the community. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 74 (2018), 83-87.

Magyar-Moe, J. L., Owens, R. L., Conoley, C. W. (2015). Positive psychological interventions in counseling: what every counseling psychologist should know. *The Counseling Psychologist* 1–50, DOI:10.1177/0011000015573776.

Masuda, A., Cohen, L. L., Wicksell, R. K., Kemani, M. K., Johnson, A. (2011). A case study: acceptance and commitment therapy for pediatric sickle cell disease. *Journal of Pediatric Psychology*.

ric Psychology, Volume 36, Issue 4, 1 May 2011, Pages 398–408,<https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsq118>

Moos, R., & Lemke, S. (1992). Sheltered Care Environment Scale manual. Palo Alto, CA: Stanford University Medical Centers.

Mitchell, Judith, M., Kemp, Bryan, J. (2000). Quality of life in assisted living homes: a multidimensional analysis. *Journal of Gerontology: PSYCHOLOGICAL SCIENCES* 2000, Vol. 55B, No. 2, P117–P127.

Moore, K., Delaney, J. A., Dixon, M. R. (2007). Using indices of happiness to examine the influence of environmental enhancements for nursing home residents with alzheimer's disease. *Journal of applied behavior analysis* 2007, 40, 541–544 number 3(fall 2007).

Neocleous, G., Apostolou, M. (2015). Happiness in and out of nursing homes: the case of Cyprus. *International Social Work*, 1 –12, sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/0020872815598567.

Poerwandari, E. K. (2013). Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia: cetakan 2013. Depok: LPSP3 UI.

Seligman, M. E. (2003). Positive psychology: Fundamental assumptions. *Psychologist*, 16, 126–127.

Sumngern, C., Azeredo, Z., Subgranon, R., Sungvorawongphana, N., & Matos, E. (2010). Happiness among the elderly in communities: a study in senior clubs of Chonburi Province, Thailand. *Japan Journal of Nursing Science*, 7(1), 47–54. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1742-7924.2010.00139.x>.

Veenhoven, R. (1984). Condition of happiness. Dordrecht: D. Reidel Publishing.

Veenhoven, R. (2008). Healthy happiness: Effects of happiness on physical health and the consequences for preventive health care. *Journal of Happiness Studies*, 9(3), 449–469. <http://dx.doi.org/10.1007/s10902-006-9042-1.s>.

Veenhoven, R. (2012). Does happiness differ across cultures? In H. Selin and G.(Eds.). *Science across cultures: The history of non-western science*. Vol. 6 *Happiness Across Cultures*, 451-472, NY: Springer.<https://www.kemsos.go.id/>

Transfer prices in the context of globalization

Andreea- Lavinia Cazacu (Neamtu)

University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Finance
Department, Romania

Abstract

It should be noted that tax differentials between states provide multinational companies with a possibility of arbitration that allows them to minimize tax payments (Mooij et al., 2014). This study is about how multinational companies opt for transfer pricing in the presence of differentiated corporate tax rates in the context of economic globalization. A transfer price is a value placed on goods and services traded between divisions of an organization. Statements on transfer pricing on tax avoidance by multinationals are common, but in practice economic evidence is insufficient.

Growing globalization and the desire of companies to reduce their tax burden have made states adopt certain measures to protect their profits and somehow avoid moving the taxable base in jurisdictions with more favorable tax regimes. The current economic globalization can be assimilated to the reason for the existence of transfer prices and has brought not only advantages but also some disadvantages, such as the phenomenon of internationalization of economic criminality. But an empirical approach will help us focus on solutions to these issues, solutions that will help developing countries deal with transfer pricing issues in a way that is robust and fair for all parties involved.

Research methodology: The subject of this investigation is the transfer prices and their use in the context of economic globalization.

Investigation method: Research literature, laws, comparability analysis of risks associated with transfer prices, using the Orbis database. At the time of the transfer pricing analysis, english and romanian literature were used. As a research tool, we used the deductive method, the type of research being a fundamental one. This study does not discern a problem to solve it, but the importance of such research is reflected in its impact on the future developments of this research, providing prerequisites for future work.

Keywords: transfer pricing, economic globalization, arm length principle, affiliated companies, median value, risk comparability analysis associated with transfer pricing.

JEL Classification: F01, F

1. Economic globalization - the triggering factor of the occurrence of transfer pricing

The current economic globalization has brought not only advantages but also some disadvantages, such as the phenomenon of internationalization of economic crime. Economic globalization also diminishes the ability of tax authorities to analyze the veracity of transfer prices used by taxpayers, by expanding the revenues of foreign companies and diversifying them.

Things deviate from the right way and companies are in conflict with tax authorities when the transfer price deviates from the arm length principle, ie. the price that would be perceived by two independent parties is not in the “market range.” Such behavior must not be illegal, indeed, transfer pricing regulations are usually sufficient for multinationals to make a strong case for a wide range of normal price competition, which should be used to assess whether the way the fixing of its transfer prices is abusive or not. However, the final result remains the same - profits are transferred to locations with a reduced tax regime.

Lately, we find that such behavior tends to occur in countries with reduced tax regimes and is most widespread in tax havens (including Hong Kong, Ireland, Luxembourg, Singapore, Switzerland). Tax benefits differ depending on the specificities of tax havens (for example Ireland’s “double Irish” regime or the well-known protection regime for confidentiality of investor information in Switzerland), but the estimates clearly suggest that transfer prices are higher when low tax rates are combined with other “friendly” tax policies.

The transfer price is a term referring to the prices practiced by the affiliated organizations in the transactions carried out. In principle, transfer pricing matters should be simple: to compare transfer prices in affiliate transactions with transactions in non-affiliated transactions to determine whether affiliate transactions have been affected by the affiliate relationship itself. Transfer pricing have emerged in the affiliate groups, ie companies present in several countries, operating in these countries. In other words, it is determined whether the price used in the transfer

is fair, if it was not too small or too large for the profit to move to jurisdictions with a mild tax regime. But in reality, things are not that simple, because the situations encountered in economic relations are very diverse, and the setting of transfer prices can become extremely complicated.

Tax authorities impose certain requirements on the preparation and submission of transfer pricing documentation, which is becoming more and more expensive, in order to avoid certain unlawful actions on tax systems through these transfer prices. In practice, the subject of the transfer of taxable profits may result in random or subjective interpretations. In its efforts to reduce its tax burden, a taxpayer will take advantage of all the means and procedures he or she may have, more or less legal. Thus, the phenomenon of outsourcing the taxation of taxable profits can be the end point of economic crime.

According to the principle of wealth taxation where it is created, respectively in the base state, each country in which the group is active wishes to know what is the added value created in its tax jurisdiction and what percentage of the tax to be collected.

Therefore, tax regulations on transfer pricing represent some of the measures to protect states against the “transfer” of taxable profits to the so-called “tax havens”, regulations that have a world-wide 100-year history (in the field of prices the first regulations were introduced in 1911 in Norway, in 1915 in the United Kingdom and in 1917 in the United States of America).

This phenomenon of economic globalization has led to a series of useful effects in terms of optimizing production costs and cash-flow flows. On the other hand, capital and labor migration, as well as the legislative asymmetries between different states, have led to the emergence of ancillary costs of economic globalization. The transfer pricing regime has both supporters and opponents, depending on their skills to take advantage of the opportunities they offer in order to reduce the tax burden. With the expansion of economic globalization, there is also an increase in financial flows and tax evasion gains new valences. Therefore, these transfer prices are sometimes assimilated to the “collecting channels” of important amounts of money obtained by more or less legal methods of avoiding taxes. Similarly, “transfer pricing is a connection between tax regulations in certain states and a group of affiliated companies using tax havens can pay high prices to a subsidiary

located in a taxing country by increasing profits in tax havens and decreases in taxable countries”¹.

As a result of the internationalization of the economic activity, the techniques and methods of fiscal optimization are correlated with the tax regime of the transfer prices. For these reasons, transfer prices are the central vector of the phenomenon of the expansion of economic crime.

2. Regulating and pricing mechanisms

At international level, the principle that regulates how to set and test transfer pricing is the “arm length principle”. This principle is the International Transfer Pricing Standard agreed by OEEC Member States for its use in tax matters by tax authorities and multinational companies.

Most states have adopted this principle for the following considerations:

- high acceptability of the arm length principle as the most appropriate option for setting and analyzing transfer pricing;
- as a way of avoiding double taxation have been signed between most states, the OECD Model Convention or the UN Model Convention. These model conventions, in art. 9, contain the same wording on the definition of the market value. It should be noted that in the two conventions, there is a difference regarding the way in which this principle is defined, namely Article 9 of the UN Model Convention, according to which this principle does not apply if a company in the affiliated group has committed acts of fraud, negligence or has premeditated bankruptcy;²
- the advantages offered internationally by joining the same pricing standard by avoiding double taxation. This principle is based on a comparison of the commercial and financial conditions in which a transaction is conducted between affiliated companies, on the one hand, and the transactions of some companies in the absence of an affiliation relationship.

Therefore, the most important advantage of accepting this principle is „that it offers certainty about its acceptance, good applicability, and fairness both in

1 J. Brémont, A. Gélédan, (1993), *Dictionnaire économique et social*, 5e édition augmentée, Ed. Hautier, Paris.

2 Lambert G. Ablet, The UN Practical Manual on Transfer Pricing for Developing Countries: Should It Depart from the O.E.C.D. Transfer Pricing Guidelines, International Transfer Pricing Journal January/February 2012, p.14

the relationship between two tax authorities located in opposing positions and in the relationship between taxpayers and administrations tax”³.

The transfer prices used are important for both tax authorities and taxpayers, as the income and expenses of an entity and the taxable profits of affiliated companies in different jurisdictions are determined with the help of these entities. Each state formulates its own understanding of affiliated persons, but it is important to understand which is the common denominator and the factor deciding affiliation. The most well-known definition of affiliated companies is given by the OECD Guidelines - that “two companies are affiliated if one of the companies is directly or indirectly involved in the management, control or capital of the other, or if the same persons participate directly or indirectly in management of both companies” (Article 9, sub-paragraphs (1a) and (1b) of the OECD Model Tax Convention).

The transfer pricing mechanism is a tool frequently used by corporations to avoid high taxation in certain countries. In general, the transfer pricing operation involves fixing the prices of goods and services traded between affiliated companies for tax purposes: the reduction of corporate tax on profits. By lowering the prices of intragroup operations, multinationals manage to put most of the benefit into the permissive tax jurisdictions.

3. Methods of determining / testing transfer pricing at EU level

According to the OECD Transfer Pricing Guide, in practice there are five methods for determining these prices, divided into two main groups: traditional methods based on transaction analysis and methods based on profit analysis. Traditional transactional methods are based on price comparisons, while traded profits are based on the comparison of transactions between affiliated entities and between independent entities by analyzing the profit from that transfer.

The OECD Guidelines reserve the right of multinational groups to use other methods. Regarding these methods, it should be mentioned that they should not substitute for the five methods recognized by the OECD. Practically, transfer pricing can be determined or tested by comparing the aggregate price between affiliated companies participating in transactions using market prices by comparing the profit margins obtained in operations performed under market conditions or by

³ Jennifer Rhee, The demise of the arm’s length principle? Or how to make the arm’s length principle workable, BNA, Transfer Pricing Report 989, 1/14/2010

allocating the profit or loss between independent entities. In order to designate the most appropriate transfer pricing method, certain criteria are considered:

- the method closest to the circumstances in which the prices subject to free competition are established, on markets that are commercially compared;
- the method for which there are available data provided by affiliated entities;
- the existence of a degree of precision for making adjustments to achieve comparability;
- the particularities of the individual case;
- the documentation that can be submitted by the taxpayer.

The selection of the most appropriate transfer pricing method depends on the availability of the true information for its application. Given the practical difficulties in choosing a method of determining transfer pricing, practitioners have developed real tools to help them in ordering the steps to follow⁴. The market price generally takes the form of a price range for the following considerations⁵:

- the implementation of the market price principle is an approximation of the price set in market conditions between independent entities;
- independent taxpayers can accept different price levels;
- the degree of comparability is far too imperfect, even for comparable transactions.

When the price or margins of the verifiable entity are included in the market, no adjustments are made, but if these are not within the market, the adjustment is made at the median level⁶.

If the value of the transfer price is not included in the comparison interval, the fiscal body determines the median value as the transfer price at the market price. Therefore, the median value is the value that is found in the middle of the comparison interval and divides into two equal halves a statistical series. To exclude extreme values, in practice, the market interval is divided into four segments of three quarks: the lower quartz separating the first 25% of observations from the

4 A Luca, (2009), Preturile de transfer- Metodele de stabilire, in Consultantul Fiscal anul II, nr.6, p.27

5 <http://www.hmrc.gov.uk/manuals/intmanual/INTM463070.htm>

6 Ordinance no.222 / 2008, Annex no.1, Contents of the Transfer Pricing File, Art.2, pt.3.

rest of the observations, the median or the second quartile, separating the first 50% of the observations from the rest and the third quartile, separating the first 75% of observations, from the rest of the observations (Patroi D., Cuciureanu F., Radu V., 2013). If the range is lower than the degree of coverage, the more companies are more comparable. Under tax treaties, developed and developing countries have internal transfer pricing rules that are used to counteract transfer pricing tax rates for affiliated companies.

A first point of view is that affiliated companies in a tax treaty provide a separate and independent internal basis for making transfer pricing adjustments.

A second point of view, unlike this, is that tax rates do not contribute to increasing the competence of a country and, therefore, company affiliates can not be a separate source of jurisdictional taxation. It should be noted that the legislation varies from one state to another and may change many times, depending on how the country is about to use the price transfers and how they are advancing.

The third point of reference is the tax jurisdiction of a country and, on the basis of national law, and when states conclude a tax treaty, they must approve the exercise of these taxing rights to avoid double taxation. This treaty can be considered a mechanism for avoiding double taxation resulting from the overlapping residence and the source of jurisdiction.

As a consequence of these factors, it is generally considered that countries with tax treaties should rather adopt certain pricing methods for transferring the domestic market, rather than claiming that their treaties offer them an opportunity to make adjustments of transfer prices. In order for these transfer pricing measures to be effective, a competent tax authority must implement them and ensure that taxpayers comply with the rules. If some jurisdictions either do not have pricing measures or do not implement transfer pricing measures, there is a stimulus to ensure that intra-group transfer pricing favors the jurisdictions that impose their rules.

The thought that multinationals could use transfer prices to move tax profits to countries with higher tax rates is a paradox. It is expected that an international company will shift profits from countries with a higher tax regime to tax-prone countries to lower tax burdens, but there may be situations where multinationals can also have an incentive to transfer profits to jurisdictions where tax laws are more permissive, such as non-application of transfer pricing rules.

From the very beginning, transfer prices are considered to be an ample phenomenon, they can also be considered a 'zero or zero play' - that is, a situation where the income from the taxable profit of a jurisdiction must be offset by a non- a loss of the other jurisdiction. In conclusion, some multinational companies could set their transfer prices to prioritize a particular subsidiary in order to reduce as much as possible the risk of transfer pricing adjustments as well as the penalties in that country. Moreover, conflicts involving the use of transfer pricing are generally time consuming and costly.

4. Comparability analysis of the risks associated with the transfer prices through the ORBIS database

The purpose of the risk analysis is to identify a list of taxpayers for which there is a tax risk associated with transfer pricing and to conduct a preliminary analysis for each taxpayer in the previously established list. This analysis will be performed using the ORBIS database. After analyzing the information on the share of transactions with related parties and the general comparability range for certain companies, a list of the priority of their analysis should be created based on the existence of the tax risk associated with the transfer prices.

So we chose a company, which is a service center and conducts the following activities: providing software development services for group-level applications and design, development and technical assistance services for IT applications developed at the request of the group or a / several affiliated parties.

IT Services SRL is registered in Romania and is part of a multinational banking group. Software development services are provided on the basis of requests from the group or entities that are part of it. The requests also include all the technical specifications necessary for the implementation of the projects. The transfer pricing policy provides for the remuneration of the service provider based on the total costs incurred plus a margin of 10%. The provision of document processing services - document processing services implies the input of data from digital documents (scanned) from various affiliated parties into the computer system.

The transfer pricing policy provides for the remuneration of the service provider on the basis of the total costs, plus a margin of 5%. Costs of service delivery are shared between the two activities and then between the beneficiaries of each activity. IT Services SRL provides IT support services for the benefit of third parties. They are provided on the basis of a monthly subscription that includes

a certain number of hours and the remuneration is set according to a total cost policy of + 5%. The IT services provided by IT Services SRL represent about 15% of its operating revenues. The affiliated parties of IT Services SRL do not receive similar services from third party suppliers.

Results analysis:

IT Services SRL is part of the middle enterprise category and submitted the transfer pricing file for transactions with affiliated parties during the fiscal inspection period. The file is considered complete. After analyzing the share of transactions with affiliated parties and the general comparability range for the following companies, a list of the priority of their analysis is made based on the existence of the tax risk associated with the transfer prices, using the Orbis application. Thus, in order to determine the risk associated with transfer pricing, a comparison is made between independent enterprises using the seven criteria and the financial indicators taken into account are the turnover and the rate of profitability of total operating costs. The benchmarking is done with a 5-year rate of return on total cost (RRCT).

For companies considered comparable, RRCT was calculated according to the following formula:

$$\text{RRCT (\%)} = \text{Operating result} / \text{Turnover} - \text{Operating result}$$

Comments on the search criteria used in their own analysis:

a) the European Union region is directly aimed at obtaining a sample of the largest companies in order to better assess the general evolution in the respective field of economic activity - the restriction at the level of Romania would lead to a very small number of companies, affecting the results (from a statistical point of view, it is likely that the large number of elements included in the sample will be diminished by the effect of companies that would have been excluded from the sample in a manual selection);

b) the CAEN ver. 2 of the taxpayer to analyze its scope of activity;

c) the companies that appear to be active (by any of the criteria) or who have an unknown situation according to the Orbis database are included in the sample in order to broaden the basis of comparison;

d) among indicators of independence, A (no shareholder holding more than 25% of shares), U (unknown shareholder status), Add all publicly listed companies, Add cos for which all shareh. or all shareh. with a stake greater than 25%

are indiv. or empl. (companies holding natural persons holding more than 25% of the shares - because these individuals are not implicit shareholders of other companies as well);

- e) companies holding at least 25% of the shares in a subsidiary are excluded;
- f) Companies that have submitted only unconsolidated financial statements in the Orbis database - are considered to reduce the risk of affiliated companies (the consolidated financial statements assume the existence of at least two affiliated companies);
- g) Depending on the size of the taxpayer, the categories of companies in the Orbis database (very large, large, medium and small) which can be considered comparable as a level of commercial activity are selected.

| A | B | C | D |
|--------------------|--|-------------|-----------|
| 1 Product name | Orbis | | |
| 2 Update number | 164 | | |
| 3 Software version | 129.00 | | |
| 4 Data update | 13/10/2017 (nº 16404) | | |
| 5 Username | DGFPMH | | |
| 6 Export date | 17/10/2017 | | |
| 7 | 1. All active companies and companies with unknown situation | 223,470,024 | |
| 8 | 2. World region/Country/Region in country: Romania | 2,887,626 | |
| 9 | 3. NACE Rev. 2 (Primary codes only): 0220 - Logging | 215,949 | |
| 10 | 4. BvD Independence indicator: A+, A-, U, Add all publicly listed companies, Add companies for which all shareholders or all shareholders with a stake greater than 25% are individuals or employees | 188,874,718 | |
| 11 | 5. Shareholders with subsidiaries by profile: owned between 25% and 100% | 5,272,579 | |
| 12 | 6. Consolidation code: U1 (companies with unconsolidated accounts only) | 29,883,966 | |
| 13 | 7. Category of companies: Medium sized companies | 11,881,364 | |
| 14 | Boolean search : 1 And 2 And 3 And 4 And Not 5 And 6 And 7 | | TOTAL 283 |
| 15 | | | |
| | Fiscal year end:31/03 | | |
| | Current search settings: | | |
| | - priority given to consolidated accounts based on annual reports, not considering accounts with no recent financial data (NRF) | | |
| | - exclusion of companies with no recent financial data and Public authorities/States/Governments | | |
| | Definition of the Ultimate Owner: | | |
| | - minimum percentage that must characterise the path from a subject Company up to its Ultimate owner: 25.01% | | |
| | - Consider the highest quoted Company in the path as Ultimate owner, whatever its shareholders | | |

Figure 4.1: Search strategy in Orbis

Source: Own processing by accessing the Orbis database, within the Public Finance Department of Craiova

The analysis carried out on the above selection criteria aims at understanding the overall market evolution in terms of the financial indicator used, by establishing a general comparability interval. The range of inferior quartz and superior

quartz obtained in this way aims at assessing the taxpayer's economic evolution towards other economic agents involved in the same field of activity.

A search strategy is made using all of the criteria outlined above and as a result we have 283 companies that meet these criteria.

Table 4.2: Comparability interval based on RRCT

| Element | Denumire societate | RRCT 2016 | RRCT 2015 | RRCT 2014 | RRCT 2013 | RRCT 2012 |
|---|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Intervalul de comparabilitate (intervalul intercuartilic) | minimum | -91,28 | -100,00 | -100,00 | -100,00 | -100,00 |
| | cuartila inferioara | 1,27 | 2,28 | 1,47 | 1,71 | 1,37 |
| | mediana | 4,33 | 6,53 | 4,01 | 5,13 | 3,62 |
| | cuartila superioara | 9,24 | 12,42 | 10,43 | 10,16 | 9,12 |
| | maximum | 116,76 | 56,71 | 715,49 | 3115,11 | 195,90 |
| Societate testata | | 0,03 | 36,20 | -0,74 | 0,47 | 5,96 |

Source: Own processing by accessing the Orbis database within the Public Finance Department of Craiova

The interquartile interval is being considered as correct for the two types of activities (software development and data processing). From the table above, it can be concluded that IT Services recorded ROIs in the years 2016, 2014 and 2013 outside the range of overall comparability, which could lead to a lower taxable base in Romania.

The analysis shows that the company recorded in either years either too high or lower incomes, which do not fit into the market level, and thus the adjustment is made to reach the median. These results are influenced by affiliate activities. The interquartile table shows that the test company is below the quartile level, which means that there is a risk associated with transfer pricing. Therefore, for the adjustments or estimates of transfer prices in a tax audit, a thorough manual analysis of the companies in the sample should be carried out.

The above detailed pricing potential risk analysis methodology can be used to assess the existence of such a risk but also to assess its level. However, the assess-

ments thus obtained have only an indicative title and can not provide a detailed manual analysis of each case, including on the basis of information provided by the taxpayer. As a result of the taxpayer search strategy, the sample of companies resulting from the use of the Orbis database must be processed manually, also taking into account the information obtained from their own databases (managed by National Agency for Fiscal Administration - A.N.A.F.).

Conclusions

Expanding globalization, advanced technology, high-performance communications and information systems allow a multinational to control the activities of its various subsidiaries around the world. Other factors underpinning the emergence and evolution of these issues are global trade, services and software systems. Developed states have experienced structural changes and are witnessing continued development in the tertiary sectors. Lately, international tax principles have changed significantly.

The increased level of integration of multinational companies, the multiplication of intragroup operations and intangible assets and services, and the use of funding programs have made the market value principle more difficult to apply in transfer prices. Some analysts argue that this principle can only be applied in situations where there are unclear transactions. All these changes can provoke challenges in applying the principle of globalized and integrated transactions of multinational companies. In practice, it is obvious that the market value principle is the real challenge in allocating revenue to highly integrated multinational companies.

It is therefore important to note that transfer prices are not an exact science and that the application of transfer pricing methods involves the use of competent information and decisions by taxpayers and tax authorities.

However, taking into account the “gaps” of qualification, information and limited resources in many developing countries, this aspect of transfer pricing may be very difficult. In general, it is quite clear that in developing countries the choice of the most appropriate methods for analyzing comparable is the biggest problem currently facing companies and tax authorities alike, and the role of this article is to support this process in a practical way.

The purpose of the risk analysis is to identify a list of taxpayers for which there is a tax risk associated with transfer pricing and to conduct a preliminary analysis for each taxpayer in the previously established list. The interquartile range can

be calculated by several methods, but the most common computation in practice will be the Excel QUARTILE function. Quartz values may vary slightly depending on the calculation method used, but the median value should always remain the same as the sample of companies on which it is calculated does not change.

As an estimation method, the estimate is made if the company's result does not fall within the range calculated on the sample of comparable ones selected from the search. In our case, being a service company, we used the formula RRCT. The search strategy should target a certain type of transaction rather than bring together more distinct categories of economic activity (eg, IT, accounting and marketing) because profitability rates may vary by business.

References

Cazacu (Neamtu) Andreea – Lavinia (2017), The Role of Transfer Pricing in Economic Globalization, International Journal of Business and Social Science, Vol. 8, No. 3; pp. 131-135, March 2017, USA

Cazacu (Neamtu) Andreea – Lavinia (2017), **Transfer Pricing and the Manifestations of Tax Evasion**,Journal of International Business and Economics, No.5(1), pp. 114-118.

Jennifer Rhee, The demise of the arm's length principle? Or how to make the arm's length principle workable, BNA,Transfer Pricing Report 989, 1/14/2010

Lambert G. Ablet (January/February 2012), The UN Practical Manual on Transfer Pricing for Developing Countries: Should It Depart from the O.E.C.D. Transfer Pricing Guidelines, International Transfer Pricing Journal.

Mooij, R, M Keen, and V Perry (2014), "Taking a bite out of Apple? Fixing international corporate taxation", VoxEU.org, 14 September.

OECD, (2012), Dealing Effectively with the Challenges of Transfer Pricing.

OECD, (2009) Ghidul prețurilor de transfer pentru companiile multinaționale și administrațiile fiscale, Editat de catre UHY Audit CD, Ed. Irecson, București.

Pătroi D, Cuciureanu F.,Radu V.,(2013), Prețurile de transfer- Între optimizare fiscală și evaziune transfrontalieră, Ed. C.H Beck, București

Pătroi D, Cuciureanu F., Sasu H., (2009), Practici de sustragere de la înregistrarea și plata impozitelor- la limita fraudei și dincolo de ea, Ed. C.H. Beck, București.

Investigating the Relationship of Ethical Climate and Counterproductive Behavior with Moderating Effect of Top Management Support: Evidence from Textile Manufacturing Sector of Lahore, Pakistan

Shaista Jabeen⁷, Sobia Sultana⁸

Abstract

Ethical climate is an emerging aspect of any organization at both national and international level. Worldwide competition and global integration raised many ethical issues with an immense need to work on ethical climate. The current study examines the impact of ethical climate (egoistic, benevolent and principled) on counterproductive behavior and also investigates the level of support of top management to reduce the counterproductive behavior of employees in the textile manufacturing industry. The manufacturing sector of any country holds vital role and Pakistan focuses largely on its textile exports. Target audience was the employees of manufacturing sector of textile industry and data was collected from 210 employees. Results of regression analysis demonstrate a significant negative association between ethical climate and counterproductive behavior. Moreover, Top management support moderates this relationship by minimizing the counterproductive behavior. This study will help out decision making authorities to reduce counterproductive behavior so that employees become loyal towards the organization and organization's ethical climate can be improved.

Keywords: Ethical climate, counterproductive behavior, top management support

JEL Classification: Category M; Code M10 (General).

Introduction

The field of business ethics is growing significantly. This is because of the globalization and increasing industrial age that promotes complication of business ethics in organizations. The issues like social expectations, competition, corporate

⁷ Lecturer, Lahore College for Women University, Lahore, Pakistan jabeen_pioneer@hotmail.com

⁸ Lecturer, Lahore College for Women University, Lahore, Pakistan sobiahassan129@gmail.com

social responsibility and their complexities encourage investigating the field of ethical climate as they have effects on customers, employees, competitors, suppliers and on public in general (Vitell & Davis, 1990). Moreover, the worldwide competition and global world integration raised many ethical issues brought with an immense need to work on ethical climate (Viswesvaran et al., 1998). This progression has improved the understanding and wideness of the research of business ethics. Usually, business ethics researches in general engaged in the investigation of nature, basis of ethical judgments, values and laws in business decisions (Vitell & Davis, 1990).

Several researches have been carried out to examine the facets of ethical behavior. Ethical facets that have been most generally investigated include: individual characteristic (religious conviction, race, gender and age), personality background in education and employment, values and beliefs of groups and others (codes of conduct, ethical decisions and organizational factors). The ethical climate in a work place offers combined values and morality that direct behavior (Trevino, 1986). Many employees feel personal satisfaction in behaving morally; a disagreement will take place if there is a conflict between ethical values and organizational goals. The ethical climate is a multidimensional subject which is evident in almost all the institutions. In addition, a greater consideration of the multidimensional nature of ethical climate has been investigated by focusing on organizational climate and working environment. Ethical climate in the organizations influences the manner and conduct of workforce because the climate creates the functional relationship between the employees and working environment (Scheurer, 2010). Counterproductive behavior comprised of intended actions by workforce that damage organizations and its stakeholders.

Counterproductive behavior has gained importance due to its influence on business and workers. Recent researches focuses on the individual as well as organizational level counterproductive behavior (Appelbaum et al., 2007). Many studies have been done in this respect and found that the ethical climate is one of the most serious factors in the reduction of counterproductive behavior.

One of the social harms prevailing in organizations is ethical dilemma. So the current study investigates the connection between the ethical climate and counterproductive behavior through moderating role of top management support for ethical behavior in the manufacturing industry of textile unit of Lahore, Pakistan. Limited prior research has been carried out to find out the association between

ethical climate and counterproductive behavior through moderating effect of top management support in textile manufacturing firms. There exists a gap in literature as manufacturing firms faces a lot of ethical problems in terms of steeling and damaging. This research will help out management to improve ethical climate resulting in the reduction or elimination of antisocial behavior of employees.

Research Objectives:

1. To investigate the effect of Ethical climate on counterproductive behavior.
2. To investigate the moderating effect of top management support between ethical climate and counterproductive behavior.

Research Questions:

1. Whether any relationship exists between ethical climate and counterproductive behavior?
2. Whether support of top management moderates the relationship between ethical climate and counterproductive behavior of employees?

Literature Review:

Ethical Climate

Ethical climate is an emerging issue in the areas of sociology, applied psychology and attitude within organizations (Martin and Cullen, 2006). Ethical climate is defined as “the prevailing perceptions of typical organizational practices and procedures that have ethical content” (Victor and Cullen, 1988, p101). Ethical climate emerge because of the believe that specific criteria should direct ethical reasoning (Cullen et al., 2003). Ethical climate finds out ethical attributes of work setting that affect the ways, things happened in an organization (Schminke et al, 2010). Webber (2007) projected two major types of ethical behavior in an organization namely: Cognitive and Shared perception approach.

Victor and Cullen (1988) used moral development (Kohlberg, 1984) and social cultural theory (Schneider, 1983) to investigate ethical climate. They explained ethical climate along two dimensions: ethical criteria (logical process for ethical decision making) and focus (the possible ethical issues s being deliberated and signifies the locus of analysis used as a referent in ethical decisions). The 1st dimension, ethical criteria, is classified as: egoistic (related to self-interest), benevolent

(joint interest) and principled (hold on to principles) working in an organization. Egoistic climate believed that self-interest is preferred at the cost of hurting others. Benevolent climate focuses to generate positive outcomes for organization and individuals as well as the betterment of members of workgroup/organization (Cullen et al., 2003). Finally, principled centered criteria assist to make decisions based on organizational rules reducing uncertainty. Employees are making sure that decisions are dependent on reliable codes. The above mentioned levels and dimensions are summarized as follows:

Ethical Climate Types

| | Individual | Local (Organization) | Cosmopolitan (External to Firm) |
|-------------|-------------------|---------------------------------|--|
| Egoism | Self Interest | Company Profit | Efficiency |
| Benevolence | Friendship | Team Interest | Social Responsibility |
| Principle | Personal Morality | Company Rules & Procedures | Laws & Professional Codes |

(Source: Victor and Cullen (1988), p104)

Counterproductive Behavior

Counterproductive behavior causes harms to companies and individuals and consists of minor as well as severe issues. These behaviors affect individual and organizational factors (Biron, 2010: 877). Counterproductive behavior is defined as the voluntary behavior that contradicts organizational norms, and threatens the well-being of the organization or its members (Robinson and Bennett, 1995a). Now a day, anti-social behavior comprises significant concern for business because of their effect on organizations and workers. Quite a few researchers recognized that these deviants' behaviors have monetary, communal and psycho somatic impact on both firms and on workforce (Fagbohungbe et al., 2012). In same way it is to be said that, counterproductive behaviors increase cost of organizations, reducing loyalty and dedication, OCB (organizational citizenship behavior), and production (efficiency), unpunctuality and turnover (Brooks, 2012). Robinson & Bennett (1997) suggested a variety of deviant behaviors including injustice (perceived), discontent role model for adventure and excitement seeking.

Reasons for unethical and deviant behavior include: presence of counter norms and the “effect/danger” ratio, operational environment, group behaviors, organizational commitment, organizational frustration and change. Current solutions and trends towards preventing unethical and deviant behavior include: promoting an ethical climate, promoting wellbeing and preventing deviant behavior.

Top Management Support for Ethical Behavior

If human resources recognize senior executive support up for ethical behavior, a constructive ethical climate and a well-built connection develop between ethical climate and the profitability of the Organization, then workforce are expected to have a higher level of satisfaction at work. The opposite is also correct. Rodgers and Hunter (1991) reported that commitment of senior management has an impact on the satisfaction, performance, production, achievement, and organizational work. More broadly, senior management facilitation increases the efficiency of organizational.

Conceptual Framework

Organizational climate has a significant effect on counterproductive behaviors. Limited prior work investigates the impact of perceived organizational climate on counterproductive behaviors. Leaders shape and reinforce the ethical climate of an organization (Sims and Brinkman, 2002). They have substantial powers to create and maintain ethical norms and processes and to create a particular kind of ethical climate (Schminke et al, 2005).

Wimbush and Shepard (1994) have suggested that the ethical climate of an organization could be used to predict not only unethical behavior, but counterproductive behavior as well. Peterson (2002) conducted a study to determine whether deviant workplace behavior could possibly be predicted from the ethical climate of an organization.

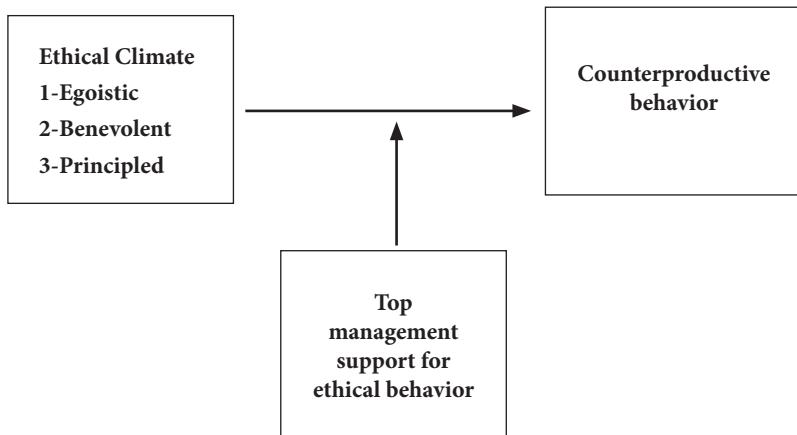
The connection between organizational climate and employee attitudes and behaviors is covered by previous literature. Literature provides evidence about the relationship between organizational climate and positive behaviors like innovative behavior, organizational citizenship behavior and negative organizational behaviors like counterproductive behaviors. (Scheuer, 2010; Fagbohungbe et al., 2012). Because, people tend to accept and internalize the climate of the organization in which they work, and the perception of climate has an important impact on their

behavior (Vardi, 2001: 327). If employees perceive that the organization stands behind them and performs employee oriented politics, they are more likely to be persistent, innovative and helpful when faced with unexpected problems. Conversely, employees who perceive their work environments as being non supportive or unwelcoming they are more likely to exhibit negative or counterproductive behaviors (Wolf et al., 2012: 666).

On the basis of above discussion, following hypothesis have been derived:

H_1 : Ethical climate significantly affect counterproductive behavior.

H_2 : Top management support for ethical behavior significantly moderates the relationship between ethical climate and counterproductive behavior



Research Design

This is a primary research conducted to investigate the effect of ethical climate on counterproductive behavior by using top management support for ethical behavior as moderator. The target audience is the employees of textile manufacturing firms located in the area of Lahore, Pakistan. Sampling technique is convenience sampling and sample size is 250 employees. Questionnaire is administered as data collection instrument tool. Secondary data is gathered for literature review purpose through different data bases and websites. A 5-point Likert scale is used

ranging from strongly disagrees to strongly agree. The counterproductive behaviors scale is taken from Bennett and Robinson (2000). Ethical climate questionnaire is adapted from the research of (Cullen et al., 1993) and top management support for ethical climate is adapted from the study of (Hunt et al., 1984). A pilot study is conducted to test the reliability of the questionnaire showing the Cronbach Alpha of 79%. 250 questionnaires were distributed in the textile manufacturing sector, 210 questionnaires were returned with full response whereas 40 questionnaires were discarded due to poor responses. SPSS 17.0 was used to analyze the data. Descriptives, correlation and regression analysis were run to find out the result.

Analysis and Discussion

According to table 1, demographics consisted of information about sex, age, academic background, type of employees, and working experience.

From 210 employees, 79% were males and 26% were females. Age bracket consisted of mixture of employees' age. 29% respondents were in the range of 31-40 years, 24% from 26-30, & 41-50 years, 15% fall in the category of 20-25 years, and 6.2% from above 50 years. . Academic background shows that 32% respondents had bachelor's degree, 25% had master's degree, 28% and 7% had completed their high school and vocational school degree, and 6% belong to other category. 54% of the respondents belong to managers and 46% to non- managers category. 48% respondents had working experience from 8-12 years, 26% from 4-7 years, 17% from 1-3 years, 1.9% from less than 1 year, and 7% above 12 years.

Table 1: Demographic Characteristics of Respondents

| | | Frequency | Percentage |
|---------------|-----------------|-----------|------------|
| Gender | Male | 155 | 73.8 |
| | Female | 55 | 26.2 |
| Age | 20-25 | 33 | 15.7 |
| | 26-30 | 52 | 24.8 |
| | 31-40 | 60 | 28.6 |
| | 41-50 | 52 | 24.8 |
| | 50-above | 13 | 6.2 |

| | | | |
|--------------------------|--------------------------|-----|------|
| Educational Level | High School | 16 | 7.6 |
| | Vocational School | 59 | 28.1 |
| | Bachelors | 68 | 32.4 |
| | Masters | 53 | 25.2 |
| | Others | 14 | 6.7 |
| Employees | Managers | 113 | 53.8 |
| | Non Managers | 97 | 46.2 |
| Experience | Less than 1 year | 4 | 1.9 |
| | 1-3 year | 35 | 16.7 |
| | 4-7 year | 55 | 26.2 |
| | 8-12 | 101 | 48.1 |
| | 12 years-above | 15 | 7.1 |

Correlation & Regression Analysis

The correlation results of study are as follows:

| | | ET | SP | CP |
|----|---------------------|-------|-------|-------|
| ET | Pearson Correlation | 1 | 0.000 | -.049 |
| | Sig. (2-tailed) | | .993 | .481 |
| | N | 210 | 210 | 210 |
| SP | Pearson Correlation | .000 | 1 | -.111 |
| | Sig. (2-tailed) | .993 | | .110 |
| | N | 210 | 210 | 210 |
| CP | Pearson Correlation | -.049 | -.111 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .481 | .110 | |
| | N | 210 | 210 | 210 |

To analyze the data, step wise regression was applied to investigate the significance of dependent, independent, and moderating variables. The hypotheses

for the study were examined by using three regression models. The independent (Ethical Climate) and moderating variables (Top Management Support) were in metric form. They were centralized by taking deviation from mean so as to avoid multi colinearity i.e. minimizes the correlation between Ethical Climate and Top Management Support.

$$CPB = 17.061 - 0.033EC$$

Model/Equation-1

Model 1 is a simple relation of counter-productive behavior and ethical climate. R Value (0.49) establishes a moderate negative relationship between Ethical Climate (IV) and Counter Productive Behavior (DV). It is evident that correlation coefficients of independent and dependent variables are equal to R value. Therefore, R value (0.49) implies a moderate negative association between Ethical Climate (IV) and Counter Productive Behavior (DV). R square value shows percentage change in dependent variable caused by independent variable. In current study, it is clear that Ethical Climate (IV) causes 40% (0.40) change in Counter Productive Behavior (DV) and remaining change is due to others factors which held constant in the model. Negative sign of B value (-0.033) illustrates that there occurs a negative connection between level of Ethical Climate (IV) and Counter Productive Behavior (DV). It means if we increase ethical climate by 1 unit, the counter-productive behavior will decrease by 0.033 units. P value (0.03) for ethical climate (IV) is below the significant level (0.05). Hence, results show that there is a significant negative impact of ethical climate (IV) on counter-productive behavior (DV) of employees at the p<.01, p<.05, p<0.10 level for [F= 49.9, t=-0.706]. H1 is accepted.

$$CPB = 19.587 - 0.033 EC - 0.163 TMS$$

Model/Equation- 2

In Model 2, two predictors Ethical Climate and Top Management Support were taken and the parameters show the effect of these metric variables on counter-productive behavior respectively. The R value (0.121) also demonstrates a negative association between ethical climate, top management support (IVs) and counter-productive behavior (DV). R² value of this model origin that (IVs) cause 38% (.38) variation in counter-productive behavior (DV). B value shows that 1 unit increase in ethical climate and top management support brings (-0.033, -0.163) unit decrease in counter-productive behavior (DV) at [P= 0.04, 0.09, F= 15.39, t=-0.710, -0.111]. H2 is accepted.

$$CPB = 120.644 - 2.129EC - 6.715 TMS - 0.136EC^*TMS \quad \text{Model/Equation- 3}$$

Similarly in Model 3, the effect of interaction term was also considered in addition to the main factors effect. R (0.218) also signifies weak negative connection between independent and dependent variables. R² value of model is (.048), which means ethical climate, top management support and their interaction term brings 48% change in counter-productive behavior (DV). B shows that 1 unit increase in (IVs) implies (-2.129, -6.715, -2.674) unit decrease in counter-productive behavior (DV) at [P= 0.007, 0.007*, 0.008**, F= 34.0, t=-2.711, -2.738, -2.674]. Moreover interaction term also showed weak negative and significant relationship between predictors and dependent variable. The significance of the interaction term (EC*TMS) under model-3 and the significance of both the main effects (EC, TMS) are sufficient evidence to conclude that top management support strength the relation between ethical climate and counter-productive behavior. Also the negative sign of the interaction term suggest the negative effect on counter-productive behavior i.e., the ethical climate has negative impact on counter-productive behavior when it has support of top management. H3 is accepted.

| Table 2: Ordinary Least Square Estimates (OLS) model | | | | | | | |
|--|------------|-------|------|----------------|--------------|-------|-------------|
| | Predictors | R | R2 | Beta Value (B) | t-statistics | F | P value/Sig |
| Model 1 | CPB | 0.49 | 0.40 | 17.061 | 7.618 | 49.9 | 0.000* |
| | EC | | | -0.033 | -0.706 | | 0.03* |
| Model 2 | CPB | 0.121 | 0.38 | 19.587 | 7.174 | 15.39 | 0.000* |
| | EC | | | -0.033 | -0.710 | | 0.04* |
| | TMS | | | -0.163 | -0.111 | | 0.09** |
| Model 3 | CPB | 0.218 | 0.48 | 120.644 | 3.184 | 34.0 | 0.000* |
| | EC | | | -2.129 | -2.711 | | 0.007* |
| | TMS | | | -6.715 | -2.738 | | 0.007* |
| | EC*TMS | | | -0.136 | -2.674 | | 0.008** |

*p<0.05, ** p<0.10

- a. Dependent Variable = Counter Productive Behavior (CPB)
- b. Predictors: Ethical Climate (EC)

- c. Predictors: Ethical Climate (EC), Top Management Support (TMS)
- d. Predictors: EC, TMS, EC*TMS

Discussion

Research finding showed that ethical climate and top management support for ethical behavior are very much important in manufacturing sector for the smooth working and successful development of organization. Top management support for ethical environment works as a protective feature for deviance behavior like stealing, thievery, damage of property, misuse of information, poor use of time and capital, insecure behavior, work of poor quality, use of alcohol, consumption of drugs, delay, rude and suspicious actions etc.

The target audience is the employees of textile manufacturing firms located in the area of Lahore, Pakistan. Sampling technique is convenience sampling and sample size is 250 employees. Questionnaire is administered as a data collection instrument tool. 210 questionnaires are returned with full response whereas 40 questionnaires are discarded due to poor responses. SPSS 17.0 is used to analyze the data. Descriptive, correlation and regression analysis is run to find out the result. Findings indicate significant negative relationship between dependent (counterproductive behavior) and independent variables (ethical climate). Top management support for ethical behavior moderates the relationship between the variables. Results were supported by the researches of Appelbaum et al., (2007). They suggested that there must be a strong organizational culture of ethical values to avoid deviant behaviors and these core values must be communicated and reachable to all the employees working in an organization. Moreover, Top management support and reinforcement of norms and values to the subordinates must be ensured.

Conclusion

The purpose of the current study is to investigate the relationship between ethical climate, top management support and counterproductive behavior among the employees of textile manufacturing firms. Findings indicate significant negative relationship between dependent (counterproductive behavior) and independent variables (ethical climate). Top management support for ethical behavior moderates the relationship between the variables. Moreover top management support provides strength to the relationship of independent and dependent variables. Also

the negative sign of the interaction suggest the negative effect on counter-productive behavior i.e., the ethical climate has negative impact on counter-productive behavior when it has support of top management.

Future Implications

Perceiving a warm working environment and support within the organization, feeling commitment to organization, and thinking that organizational standards are for their own well-being, employees will avoid from counterproductive behaviors towards their colleagues and their organizations. In other words, employees who perceive a positive organizational climate are expected to show positive behavior rather than counterproductive behaviors such as absenteeism, coming late, wasting organization's resources, slowing down, showing little effort, teasing colleagues, and attempting to physical abuse. Finding of the study further contribute to management who is facing serious ethical problems in the organizations. This study will help out decision making authorities to reduce counterproductive behavior. As a result employees will be loyal towards the organization and ultimately organization's ethical climate will be improved.

References:

Appelbaum, S. H., Iaconi, G. D., & Matousek, A. (2007). Positive and negative deviant workplace behaviors: causes, impacts, and solutions. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 7(5), 586-598.

Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2000). Development of a measure of workplace deviance. *Journal of applied psychology*, 85(3), 349.

Brooks, G. (2012). Misbehavior, its dimensions, and relationship to commitment in Organizations, Rethinking Misbehavior and Resistance in Organizations Advances in Industrial and Labor Relations, 19: 237-257

Bennett, R. J. (1998). Perceived powerlessness as a cause of employee deviance.

Biron, M., 2010. Negative reciprocity and the association between perceived organizational ethical values and organizational deviance, *Human Relations*, 63(6): 875-897

Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., & Victor, B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 127-141.

Cullen, J. B., Victor, B., & Bronson, J. W. (1993). The ethical climate questionnaire: An assessment of its development and validity. *Psychological reports*, 73(2), 667-674.

Fritzsche, D. J., & Becker, H. (1984). Linking management behavior to ethical philosophy—an empirical investigation. *Academy of Management journal*, 27(1), 166-175.

Fagbohungbe, B. O., Akinbode, G. A., & Ayodeji, F. (2012). Organizational determinants of workplace deviant behaviors: An empirical analysis in Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 207.

Gouldner, A.W. (1957). Cosmopolitans and locals: Towards and analysis of latent social roles. *Administrative Science Quarterly*, 2: 281-306.

Hunt, S. D., Chonko, L. B., & Wilcox, J. B. (1984). Ethical problems of marketing researchers. *Journal of Marketing Research*, 309-324.

Kohlberg, L. (1984). The philosophy of moral development. Harper and Row, New York.

Mann, S. L., Budworth, M. & Ismaila, A.S., 2012. Ratings of counterproductive performance: the effect of source and rater behavior, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(2): 142 – 156.

Martin, K.D. & Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: a meta-analytic review. *Journal of Business Ethics*, 69: 175-194.

Merton, R.K. (1957). Social theory and structure. Free Press, New York.

Moore, H. L., & Moore, T. W. (2014). The effect of ethical climate on the organizational commitment of faculty members. *Journal of Academic and Business Ethics Volume*.

Morrison, K. (2008). Educational philosophy and the challenge of complexity theory. *Educational Philosophy and Theory*, 40(1), 19-34.

Peterson, D. K. (2002). The relationship between unethical behavior and the dimensions of the ethical climate questionnaire. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 313-326.

Rodgers, R., & Hunter, J. E. (1991). Impact of management by objectives on organizational productivity. *Journal of Applied Psychology*, 76(2), 322.

Robinson, S. and Bennett, R. (1995a), A typology of deviant workplace behaviors: a multi-dimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, Vol. 38(2), 555-72.

Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1997). Workplace deviance: Its definition, its manifestations, and its causes

Scheuer, M.L. (2010). Climate for workplace aggression: the influence of abusive supervision, organizational factors, and subordinate predispositions, Master Thesis, Northern Illinois University.

Schminke, M., Ambrose, M. L. and Neubaum, D. O. (2005). The effect of leader moral development on ethical climate and employee attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97, 135–51.

Schminke, M., Arnaud, A. and Kuenzi, M. (2007). The power of ethical work climates. *Organizational Dynamics*, 36(2): 171-186.

Schneider, B. (1983). Work climates: An interactionist perspective. In N.W. Feimer and E.S. Geller (eds) *Environmental Psychology: Directions and Perspectives*: 106-128. New York: Praeger. [cited in Victor and Cullen, 1988]

Sims, R.R. and Brinkman, J. (2002). Leaders as moral role models: The case of John Gut freund at Solomon Brothers. *Journal of Business Ethics*, 35, 327-339.

Trevino, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of management Review*, 11(3), 601-617.

Vitell, S. J., & Davis, D. L. (1990). The relationship between ethics and job satisfaction: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 9(6), 489-494.

Viswesvaran, C., Deshpande, S. P., & Joseph, J. (1998). Job satisfaction as a function of top management support for ethical behavior: A study of Indian managers. *Journal of Business Ethics*, 17(4), 365-371.

Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 101-125.

Webber, S. (2007). Ethical climate typology and questionnaire: A discussion of instrument modifications. *The Journal of academic librarianship*, 33(5), 567-580.

Wimbush, J. and Shepard, J. (1994), Toward an understanding of ethical climate: its relationship to ethical behavior and supervisory influence. *Journal of Business Ethics*, 13, 637-47.

Dulmus, C. N. and Maguin, E. (2012). Empirically supported treatment's Impact on wolf, D.A.P., *Organizational Culture and Climate*, Res Soc Work Pract, 22(6): 665–671.

Yen, C. and Teng, H., 2013. The effect of centralization on organizational citizenship behavior and deviant workplace behavior in the hospitality industry, *Tourism Management*, 1-10.

AĞ VE NEDENSELLİK ANALİZİ ÇERÇEVESİİNDE GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE İHRACATA YÖNELİK BÜYÜUME HİPOTEZİNİN GEÇERLİLİĞİ

Reyhan CAFRI⁹

Çankırı Karatekin Üniversitesi

reyhanc@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin karşılıklı ihracat durumları (dolayısıyla ithalat durumları) ağ analizi aracılığı ile dikkate alınarak merkez ve çevre ülkeler belirlenip ihracat endeksi oluşturulmaktadır. Bölgelerin karşılıklı ticari ilişkilerinin ticaret matrisi aracılığı ile dikkate alındığı ağ analizinden elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki ilişkinin varlığı Canning ve Pedroni nedensellik analizi ile incelenmektedir. Bu bağlamda, çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için 1995-2016 arasında ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliğini ağ ve nedensellik analizi ile test etmek amaçlanmaktadır. Ağ analizi ile elde edilen ihracat endeksi ve büyümeye arasındaki nedensellik analizi sonucunda; Doğu Afrika, Kuzey Afrika, Batı Afrika, Doğu Asya ve Güney Asya bölgelerinde yer alan gelişmekte olan ülkelerde; Avrupa bölgesinde bulunan gelişmiş ülkelerde ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerli olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Büyümeye, Ağ analizi, Canning ve Pedroni Nedensellik

JEL Kodları: F14, O47, D85, C33

9 Dr. Öğr. Üyesi, İ.I.B.F., İktisat Bölümü

THE VALIDITY OF EXPORT-LED GROWTH HYPOTHESIS IN DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES BASED ON NETWORK AND CAUSALITY ANALYSIS

Abstract

In this study, the mutual export situation of developed and developing countries (hence import status) is taken into account by network analysis, and central and peripheral countries are determined and the export index is created. The existence of the relationship between the export index and growth, obtained from the network analysis of trade relations of the regions by trade matrix, is examined by Canning and Pedroni causality analysis. In this context, the study aims to test the validity of export-led growth hypothesis between 1995 and 2016 for developed and developing countries through network and causality analysis. As a result of the causal analysis between the export index obtained by network analysis and growth, it was found that the export-led growth hypothesis is valid in developing countries in East Africa, North Africa, West Africa, East Asia, South Asia regions and in developed countries in the European Region.

Keywords: Exports, Growth, Network Analysis, Canning and Pedroni Causality

JEL Codes: F14, O47, D85, C33

Giriş

Toplumlarda kişi başına düşen reel gelirin, refahın artırılabilmesi ve işsizliğin azaltılabilmesi ekonomik büyümeye oranının artırılmasına bağlı olduğundan, büyümeyenin nasıl gerçekleştirilebileceği ekonomilerin en önemli sorunlarından birisi olmaktadır. Ekonomik büyümeye seviyesinin artırılabilmesi ve sürdürülebilir hale gelmesi için en önemli yollardan birisinin de ihracatı artırmak olduğu ileri sürülmektedir. Çünkü ihracattaki artış, ekonomideki mal ve hizmetlerin üretimini ve rekabetin artmasını da sağlamaktadır. Rekabet artışı ve ülkelerin ticari ilişkileri, yeni teknolojiler ile ilgili bilgilerin yayılmasına imkân vererek ekonominin verimliliğinin olumlu yönde etkilenmesini sağlayacağı, özellikle de yüksek nitelik gerektiren yeni becerilerin elde edilmesine ve etkin bir fiyat mekanizmasının işlemesine yol açacağı ileri sürülmektedir. Bunun yanı sıra; ihracattan elde edilen döviz, ödemeler dengesi üzerinde olumlu katkı sağlayarak ülkelerin yerli üretimini artırmak için önemli olan mal ve hizmet ithalatının da artmasına

imkân tanıyarak, büyümeyi destekleyici hale geleceği düşünülmektedir. İhracat artışının büyümeyi pozitif olarak etkilediğine dair düşünce literatürde “ihracata yönelik büyümeye hipotezi” olarak yer almaktadır. Yapılan bazı çalışmaların ampirik sonuçları ihracata yönelik büyümeye hipotezini desteklerken bazıları ise desteklememektedir. Birçok araştırmacı tarafından ihracata yönelik büyümeyenin gerçekleştirildiği kabul edilirken, bazı ampirik bulguların bu görüşü desteklemediği ortaya çıkmakta, hatta ihracattaki büyümeyen ekonomik büyümeye negatif etkisi olduğu ileri sürülmektedir.

Bu çalışmada 1995-2016 yılları için gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin karşılıklı ihracat durumları (dolayısıyla ithalat durumları) ağ analizi ile dikkate alınarak merkez ve çevre ülkeler belirlenip endeks oluşturulmaktadır. Ağ analizinden elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki ilişkinin varlığı Canning ve Pedroni nedensellik analizi ile incelenmektedir. Bu bağlamda, çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğini ağ ve nedensellik analizi ile test etmek amaçlanmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde çalışmanın amacı ve önemi vurgulanırken, bir sonraki bölümde seçilmiş literatüre yer verilmektedir. Üçüncü bölümde analizlerde kullanılan veri ve yöntem tanıtılrken, dördüncü bölümde ampirik bulgular bulunmaktadır. Son bölümde ise, sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır.

Seçilmiş Literatür

Ülkelerin ihracat artışının büyümeye ve verimlilik üzerinde oldukça olumlu etkilerinin bulunduğu varsayıımı altında ihracata yönelik büyümeye hipotezi ulusal ve uluslararası literatürde geniş bir yer kaplamaktadır.

İhracata yönelik büyümeyenin, ekonominin genelinde uyarıcı etkiye sahip olmasının arkasında yatan düşüncelerden biri de teknolojik yayılma ve dışsallıklar olmaktadır. İhracat artışının, ölçek ekonomilerinin kullanılmasını sağladığı ve uzun vadede teknik bilginin aktarılmasını ve yayılmasını sağladığı iddia edilmektedir (Grossman ve Helpman, 1991). İhracatın dışsallıklara yol açabileceği, rekabet artışı ile birlikte ürün ve süreç inovasyonunu teşvik ettiği, uzmanlaşmayı artttığı böylelikle bilgi ve beşeri sermaye stokunu da olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir (Awokuse, 2003; Marin, 1992).

Aynı zamanda, daha yüksek ihracat sonucunda artan döviz girişi ile birlikte sermaye mallarının ithalatı kolaylaşarak ekonominin üretken kapasitesinin güçlendiği ileri sürülmektedir. Daha yüksek ihracatın ekonominin rekabet gücünü

artırıldığı, üretkenliğe katkıda bulunduğu vurgulanmaktadır (Petreski, 2016). Ayrıca, ihracat artışı ile birlikte döviz girişinin artması ile yurt dışından alınan borçların ödemesinin kolaylaşacağı ve ödemeler bilançosunu üzerinde olumlu etkiler yapacağı düşünülmektedir (Giles ve Williams, 1999).

Yapılan bazı çalışmaların ampirik sonuçları ihracata yönelik büyümeye hipotezinin desteklerken bazıları ise desteklememektedir. Genellikle yapılan çalışmalarında EKK, VAR, eşbüTÜnleşme, Granger nedensellik gibi yöntemler kullanılmaktadır. İhracata yönelik büyümeye hipotezini destekleyen çalışmalar arasında Ballasa (1978), Marin (1992), Feder (1983), Salvatore ve Hatcher (1991), Sengupta and Espana (1994), Bodman (1996), Kwan and Kwok (1995), Abbas (2012), Agrawal (2015), bulunmaktadır. Tyler (1981) ve Ram (1985)'in çalışmalarına göre ise ihracata yönelik büyümeyenin ancak belirli bir eşikten sonra geçerli olduğu bulgusu elde edilmektedir. Darratt (1987), Kunst ve Marin (1989), Ghartey (1993), Greenaway ve Sapsford (1994), Jin ve Yu (1996), Mishra (2011) 'nın çalışmalarına göre ise ihracata yönelik büyümeye hipotezi reddedilmektedir.

Ulusal literatürde ise ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğini tespit eden çalışmalar arasında Yapraklı (2007), Taban ve Aktar (2008), Şimşek ve Kadılar (2010), Gül ve Kamacı (2012) bulunurken; desteklemeyen çalışmalar arasında ise Özmen ve Furtun (1998), Şimşek (2003), Takım (2010) bulunmaktadır.

Veri ve Yöntem

1995-2016 arasında ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğinin ağ ve nedensellik analizi ile test edildiği bu çalışmada kullanılan değişkenlerle ilgili bilgiler Tablo 1' de yer almaktadır.

Tablo 1. Değişken Tanımları

| Değişken | Tanımı | Kaynak |
|----------------|--|---|
| ihracat | Toplam ihracatın logaritması (bin dolar) | UNCDAT |
| büyüme | Kişi başı büyümeye oranı | UNC DAT |
| beta | Ticaret ağlarının dikkate alındığı ticaret endeksi | Araştırmacı tarafından elde edilmiştir. |

Çalışmada, ticaret matrisi dikkate alınarak ülkelerin birbirile karşılıklı ticari ilişkilerinin analizinde sosyal ağ analizi yöntemi kullanılmaktadır. Sosyal ağ analizi yardımıyla ihracat endeksi oluşturulmaktadır.

Sosyal ağ kavramı genellikle arkadaşlar, aile üyeleri ve mesleki vb. nedenlerle bir araya gelen kesitler ve bu kesitler arasındaki bağlantıları tanımlamak için kullanılmaktadır. Ağları temsil etmenin en basit yollarından biri ise komşuluk matrisi kullanmaktadır. Komşuluk matrisi ayrıca sosyo-matris olarak da bilinmektedir. Sosyal ağ analizinde merkezilik kavramı bir aktörün ağ içerisinde ne kadar önemli olduğunu tanımlamaktadır. Merkezilik ölçütü ile ağdaki tüm aktörlerde sayısal değer (önem değeri) atanmakta ve bu değer sayesinde aktörleri karşılaştırmak mümkün olmaktadır. Merkezileşme ölçütı aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır:

$$C = \frac{\sum_{i=1}^n C(v^*) - C(v_i)}{(n-2)*(n-1)} \quad (1)$$

Bu formülde n ağdaki aktör sayısını, ağdaki en yüksek merkezilik değerine sahip aktörü, $C(v)$ ile v aktörünün merkezilik değeri gösterilmektedir (Tunalı, 2016).

Sosyal ağ analizi ile elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki neden-sellik ilişkisinin araştırılmasından önce ilk aşamada yatay kesit bağımlılığının ve serilerin durağanlıklarının test edilmesi gerekmektedir. Çalışmada, yatay kesit bağımlılığının araştırılmasında Pesaran tarafından geliştirilen CD testi dikkate alınmıştır:

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij} \right) \Rightarrow N(0, 1) \quad (2)$$

CD testinde boş hipotez yatay kesit bağımlılığı olmadığını, alternatif hipotez ise yatay kesit bağımlılığı olduğunu söylemektedir. Formülde bulunan , i. ve j. ülke için korelasyon katsayısını göstermektedir (Pesaran, 2004).

Yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesi durumunda kullanılan ikinci nesil birim kök testlerinden CADF (Cross-Sectionally Augmented Dickey-Fuller) birim kök testi, aynı zamanda heterojenliği de dikkate almaktadır. Pesaran tarafından geliştirilen yatay kesit bağımlılığı altında ADF (CADF) testi, her bir ülkenin birinci farkları ve gecikme düzeylerinin yatay kesit ortalamaları dikkate alınarak hesaplanmış ADF regresyonun genişletilmiş halidir:

$$\Delta y_{it} = a_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i \Delta \bar{y}_t + e_{it} \quad (3)$$

Burada, i indisi ülkeyi, t indisi zamanı temsil etmek üzere , şeklindedir (Pesaran, 2007).

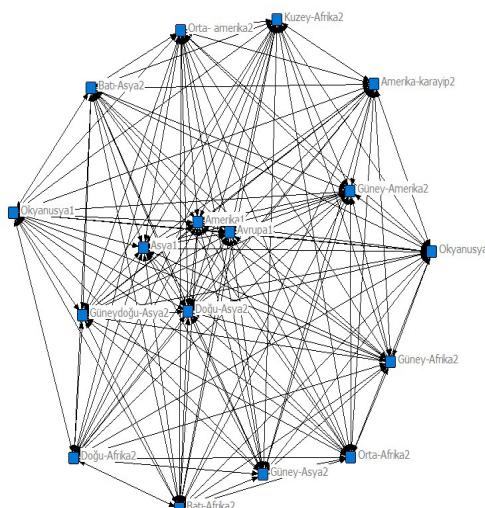
Seriler arasındaki uzun dönemli nedensellik ilişkisi ise Canning ve Pedroni (2008) nedensellik analizi ile incelemektedir. Bu testin avantajı, seriler arasındaki nedensellik ilişkisinin işaretini de vermesidir. Nedenselliğin uygulanması aşamasında ilk aşamada eşbüütünleşik ilişki, ikinci aşamada ise hata düzeltme modeli tahmin edilmektedir. Hata düzeltme modelinde, hata teriminin katsayıları olan ve parametelerinin sıfırdan farklı olması uzun dönemli ilişkiyi göstermektedir. Panelin geneli için nedensellik ilişkisi her bir ülkenin olasılık değerlerinin (p) logaritması ile hesaplanmakta ve Lambda - Pearson istatistiği olarak adlandırılmasında ve aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$P_{\lambda_2} = -2 \sum_{i=1}^N \ln P_{\lambda_{2i}}(4)$$

Lambda - Pearson istatistiğinin boş hipotezi şeklindeki ve uzun dönemli nedensellik ilişkisi olmadığı anlamına gelmektedir. Nedenselliğin işaretini ise oranı belirlemektedir (Canning ve Pedroni, 2008).

4. Ampirik Bulgular

1995-2016 arasında ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğinin ağ ve nedensellik analizi ile test edildiği bu çalışmada ilk aşamada ülkelerin karşılıklı ticari etkileşimlerinin dikkate alındığı bir ihracat endeksi, ağ analizi yardımıyla oluşturulmaktadır.



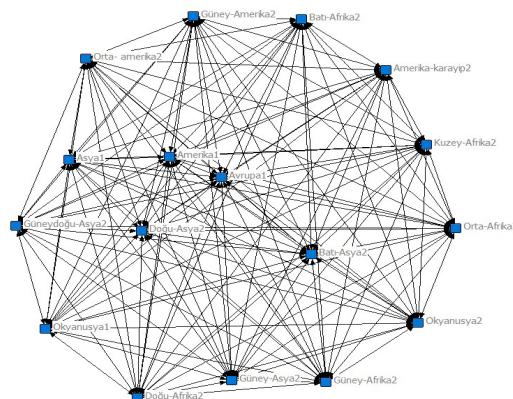
Şekil 1. 1995 yılı ticaret ağı sonuçları¹⁰

10 Merkez ve çevre ülkeler ile ilgili yapılan yorumlar şekillerin yanı sıra elde edilen çevre ve merkez ülke istatistikleri ile yorumlanmaktadır.

Her bir yıl için oluşturulan bu endekste, merkez ve çevre ülkeler dikkate alınmaktadır. Analizin başlangıç yılı olan 1995 yılının ağ analizi sonuçlarına bakıldığından ticaret merkezlerinde Asya, Amerika ve Avrupa bölgelerinde bulunan gelişmiş ülkelerin ve Doğu Asya'da¹¹ bulunan gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu görülmektedir¹² (Şekil 1).

Ticaret merkezlerinin 2001 yılında değiştiği Şekil 2'den anlaşılmaktadır. 2001 yılında ticaret merkezlerinin 1995 yılında olduğu gibi Avrupa ve Amerika'da bulunan gelişmiş ülkeler ve içerisinde Çin, Kore gibi ülkelerin yer aldığı Doğu Asya'da bulunan gelişmekte olan ülkelerin olduğu tespit edilmektedir. Ancak 1995 yılında gelişmiş ülkelerden İsrail ve Japonya'nın yer aldığı Asya bölgesinin 2001 yılında ticaret merkezi olmaktan çıkıp çevre ülkeler konumunda olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerden Avustralya ve Yeni Zelanda'nın içerisinde yer aldığı Okyanusya bölgesi ise hem 1995 yılında hem de 2001 yılında çevre ülkeler konumunda bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülke grubunda Batı

Asya'da bulunan Türkiye' nin ise yine her iki yılda da ticaret merkezleri arasında yer almadiği görülmektedir.



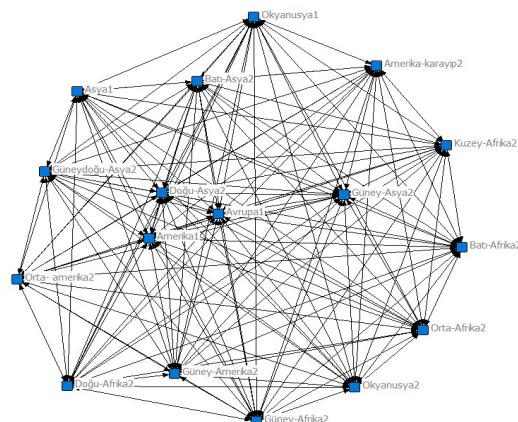
Şekil 2. 2001 yılı ticaret ağı sonuçları

Analizin son yılı olan 2016 yılında merkez ve çevre ülkelerin 2001 yılındaki ile aynı olduğu tespit edilmektedir. Yine Asya ve Okyanusya bölgesinde yer alan

11 Ağ analizleri sonuçlarında ülke grubu sonunda yer alan “1” grubun gelişmiş ülkeler, “2” grubun gelişmekte olan ülkeler olduğunu göstermektedir.

12 Ülke grupları ile ilgili bilgi için bkz.Ek-1

gelişmiş ülkeler ile gelişmiş ülke grubunda bulunan Türkiye' nin içerisinde yer aldığı Batı Asya ülkeleri çevre ülke konumunda iken; gelişmiş ülke grubunda bulunan Amerika ve Avrupa ülkeleri ile gelişmekte olan ülkelerden Doğu Asya ülkeleri ticaret merkezi konumunda yer almaktadır.



Şekil 3. 2016 yılı ticaret ağı sonuçları

Ticaret matrislerinden yola çıkararak elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki nedensellik ilişkisinin varlığı uzun dönemli nedensellik ilişkisini ve aynı zamanda ilişkinin yönünü veren Canning ve Pedroni nedensellik analizi ile araştırılmaktadır. Ayrıca, karşılaştırma yapmak amacıyla ağ analizi ile elde edilen ihracat endeksinin yanı sıra toplam ihracat da, ihracata yönelik büyümeye hipotezinin test edilmesinde kullanılmaktadır. Nedensellik ilişkisinin araştırılması öncesinde bir ülkede meydana gelen şokun, diğer ülkeleri etkileyip etkilemediği anlamına gelen yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesi gerekmektedir. Yatay kesit bağımlılığının varlığı durumunda, ikinci nesil birim kök testlerinin uygulanması önem arz etmektedir.

Tablo 2.Yatay Kesit Bağımlılığı ve CADF Birim Kök Testi Sonuçları

| | Yatay Kesit Bağımlılığı | CADF Birim Kök Testi | | |
|----------|-------------------------|----------------------|----------------------|-------------|
| | | CADF (seviye) | CADF (1. farkı) | CADF Sonucu |
| Değişken | stat. | CADF (seviye) | CADF (1. farkı) | CADF Sonucu |
| ihracat | 52.56*** (0.000) | 0.359 (0.640) | -3.441 (0.000)*** | I(1) |
| büyümeye | 12.66*** (0.000) | -1.951 (0.197) | -2.266 (0.014)** | I(1) |
| beta | 50.49*** (0.000) | -0.763 (0.223) | -2.735*** (0.003) | I(1) |

Not: * , **, *** değerleri sırasıyla %10 , %5 ve %1 önem düzeyini göstermektedir.

Yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesinde kullanılan Pesaran CD testine göre her üç değişken içinde yatay kesit bağımlılığının olmadığı boş hipotezi reddedilmektedir. Yani; ticaret, büyümeye ve beta olarak adlandırılan ağ analizi ile elde edilen ihracat endeksi için bir ülkede meydana gelen bir şokun diğer ülkeleri etkilediği sonucuna varılmaktadır. Yatay kesit bağımlılığının bulunması durumunda birinci nesil yerine, ikinci nesil birim kök testlerinin dikkate alınması gerekmektedir. İkinci nesil birim kök testlerinden olan CADF testine göre serilerin birinci farkı alındıktan sonra durağan hale gelen seriler olduğu görülmektedir.

Ticaret ağlarının, merkez ve çevre ülke konumlarının dikkate alınmadığı Canning ve Pedroni nedensellik analizi sonuçlarına bakıldığından, nedensellik ilişkisinin %1 önem düzeyinde gelişmekte olan ülkelerden Doğu Afrika, Güney Afrika; gelişmiş ülkelerden Avrupa ve Okyanusya bölgelerinde anlamlı olduğu görülmektedir. % 5 önem düzeyinde nedenselliğin anlamlı olduğu gelişmekte olan ülke grubu Batı Afrika iken, % 10 önem düzeyinde gelişmekte olan ülkelerden Karayıpler, Okyanusya, Doğu ve Güney Asya' da bulunan ülkelerde; gelişmiş ülkelerden ise Asya bölgesinde bulunan ülkelerde nedensellik bulgusu elde edilmektedir. Canning ve Pedroni nedensellik analizinin bir avantajı da nedenselliğin yönünü vermesidir. Nedenselliğin yönü -Lamda2/Lamda1 () oranı ile belirlenmektedir. Sonuçlara göre ihracattan büyümeye doğru pozitif bir nedenselliğin

yani ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğinin var olduğu ülke grupları, gelişmekte olan ülkelerden Doğu Afrika, Batı Afrika, Karayıipler, Doğu Asya, Güney Asya ve Okyanusya bölgelerinde bulunan; gelişmiş ülkelerden ise Asya, Avrupa ve Amerika bölgelerinde bulunan ülkeler şeklindedir. Gelişmekte olan ülkelerden Güney Afrika'da bulunan ülkeler için ihracatın büyümeyi azalttığı bulgusu elde edilmektedir. Gelişmiş ülkelerden Amerika'daki ülkelerde istatistik açıdan anlamlı bir nedensellik tespit edilememektedir. Aynı şekilde, Türkiye'nin içerisinde yer aldığı gelişmekte olan ülke grubunda bulunan Batı Asya'da yer alan ülkeler için de nedensellik ilişkisi istatistik açıdan anlamlı olarak elde edilememektedir.

Bir bütün olarak panel için % 1 önem düzeyinde uzun dönemli nedensellik ilişkisinin var olduğu Lamda Pearson istatistiği ile anlaşılmaktadır. Uzun dönemli nedensellik ilişkisinin var olmadığını söyleyen boş hipotez güçlü bir şekilde reddedilmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Ticaret ağlarının dikkate alınmadığı Canning ve Pedroni Nedensellik Analizi Sonuçları

| Ülke Grubu | İhracat=>büyümeye | t-istatistiği | p-değeri | (Y/X) Oranı |
|-------------------|-------------------|---------------|----------|--------------------|
| | Lamda1 | | | -Lamda2/ Lamda1 |
| DoğuAfrika2 | -1.732972*** | -4.159477 | 0.000839 | 0.028035 |
| Orta Afrika2 | -1.447577 | -1.641056 | 0.126716 | 0.050319 |
| KuzeyAfrika2 | -1.739825 | -1.198113 | 0.261471 | 0.013873 |
| GüneyAfrika2 | -1.703631*** | -3.314979 | 0.004712 | -0.012874 |
| Batı Afrika2 | -1.257420** | -2.933384 | 0.010274 | 0.009138 |
| Amerika-Karayıip2 | -0.863368* | -2.124083 | 0.050701 | 0.056380 |
| Orta-Amerika2 | 0.288546 | 0.501097 | 0.623576 | -0.147705 |
| GüneyAmerika2 | 0.837823 | 1.054947 | 0.312227 | -0.078963 |
| DoğuAsya2 | -1.302582* | -2.093275 | 0.053730 | 0.005070 |
| GüneyAsya2 | -1.612519* | -2.018601 | 0.066448 | 0.029803 |
| GüneydoğuAsya2 | 0.130937 | 0.421709 | 0.683132 | -0.400780 |
| BatıAsya2 | -0.786546 | -1.269038 | 0.223767 | 0.017890 |
| Okyanusya2 | -3.013645* | -1.989731 | 0.077830 | 0.014281 |
| Amerikal1 | 0.189420 | 0.450048 | 0.659112 | -0.421005 |
| Asyal1 | -1.281142* | -1.917106 | 0.074473 | 0.027122 |

| | | | | |
|-----------------|--------------|-----------|----------|----------|
| Avrupa1 | -0.812383*** | -1.911197 | 0.075280 | 0.013707 |
| Okyanusya1 | -1.807880*** | -4.299297 | 0.000633 | 0.012204 |
| Panel sonuçları | İstatistik | | p-değeri | |
| ihracat=>büyüme | | | | |
| Lamda Pearson | 96.15469*** | | 7.59E-08 | |

Not: * , **, *** değerleri sırasıyla %10 , %5 ve %1 önem düzeyini göstermektedir.

Ülkelerin karşılıklı ilişkilerini ele alan ticaret matrisinden yola çıkarak ağı analizi sonucu elde edilen ihracat endeksi (beta) ile büyümeye arasındaki nedenselliğe göre panel için bir bütün olarak uzun dönemli nedensellik ilişkisinin varlığı Lamda Pearson istatistiği ile görülmektedir. Buna göre % 1 önem düzeyinde uzun dönemli nedenselliğin var olmadığı anlamına gelen boş hipotez reddedilmektedir. %1 önem düzeyinde gelişmekte olan ülke gruplarından Orta Afrika, Kuzey Afrika, Güney Afrika, Batı Afrika'da ve gelişmiş ülkelerden Okyanusya'da; % 5 önem düzeyinde gelişmekte olan ülkelerden Doğu Afrika, Doğu Asya ve Okyanusya'da; % 10 önem düzeyinde ise gelişmekte olan ülkelerden Güney Asya ve gelişmiş ülke grubunda bulunan Avrupa'da istatistikî açıdan anlamlı bir uzun dönemli nedensellik ilişkisinin olduğu saptanmaktadır. Ancak, nedenselliğin yönüne göre gelişmekte olan ülke gruplarından Doğu Afrika, Kuzey Afrika, Batı Afrika, Doğu Asya ve Güney Asya; gelişmiş ülkelerden Avrupa'da yer alan ülkelerde ihracatın büyümeyi artırdığı yani ihracata dayalı büyümeye hipotezinin geçerli olduğu bulgusu elde edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerden Orta Afrika, Güney Afrika ve Okyanusya; gelişmiş ülkelerden Okyanusya'nın içerisinde yer alan ülkelerde ihracatın büyümeyi azalttığı, nedenselliğin yönünün negatif olduğu tespit edilmektedir. Gelişmiş ülkelerden 2001 ve sonrasında merkezi konumda bulunmayan Asya ve her yılda merkezi konumda olan Amerika'da bulunan ülkelerde ise istatistikî açıdan uzun dönemli bir nedensellik bulunamamaktadır. Yine, Türkiye'nin içerisinde yer aldığı gelişmekte olan Batı Asya ülkelerinde nedensellik ilişkisi istatistikî açıdan anlamlı olarak elde edilememiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Ağ analizi çerçevesinde Canning ve Pedroni Nedensellik Analizi Sonuçları

| Ülke Grubu | beta=>büyüme | t-istatistiği | p-değeri | (Y/X) Oranı |
|------------------|--------------|---------------|----------|--------------------|
| Lamda1 | | | | -Lamda2/ Lamda1 |
| DoğuAfrika2 | -1.426876** | -2.601464 | 0.020041 | 0.026853 |
| Orta Afrika2 | -1.719297*** | -3.422237 | 0.003781 | -0.009044 |
| KuzeyAfrika2 | -2.684887*** | -7.025163 | 4.10E-06 | 0.005092 |
| GüneyAfrika2 | -1.694608*** | -3.979771 | 0.001208 | -0.033929 |
| Batı Afrika2 | -1.276915*** | -3.076327 | 0.007680 | 0.010286 |
| Amerika-Karayip2 | -0.616430 | -1.347331 | 0.197875 | 0.104357 |
| Orta-Amerika2 | 0.520542 | 0.831831 | 0.418551 | -0.118221 |
| GüneyAmerika2 | -0.076446 | -0.126874 | 0.900725 | 0.631295 |
| DoğuAsya2 | -1.341250** | -2.552277 | 0.022098 | 0.021049 |
| GüneyAsya2 | -1.359112* | -2.160216 | 0.051691 | 0.012057 |
| GüneydoğuAsya2 | 0.039291 | 0.088396 | 0.931498 | -0.998691 |
| BatıAsya2 | -0.510029 | -0.799909 | 0.436249 | 0.076252 |
| Okyanusya2 | -3.431989** | -3.215175 | 0.010571 | -0.008157 |
| Amerikal | 0.221405 | 0.530579 | 0.603478 | -0.427010 |
| Asya1 | -1.132720 | -1.442145 | 0.169815 | 0.034627 |
| Avrupa1 | -0.944530* | -2.084493 | 0.054624 | 0.018773 |
| Okyanusya1 | -1.554252*** | -3.555363 | 0.002877 | -0.000838 |
| Panel sonuçları | İstatistik | | p-değeri | |
| beta=>büyüme | | | | |
| Lamda Pearson | 118.6718*** | | 2.61E-11 | |

Not: * , **, *** değerleri sırasıyla %10 , %5 ve %1 önem düzeyini göstermektedir.

Sonuç-Tartışma

1995-2016 arasında ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerliliğinin ağ ve nedensellik analizi ile test edildiği bu çalışmada karşılaştırma yapmak amacıyla ilk olarak ihracat ve büyümeye arasındaki nedensellik ilişkisi, daha sonra da ağ analizi ile elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki ilişki araştırılmaktadır.

Ticaret ağlarının dikkate alınmadığı ihracatın büyümeye üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılan nedensellik analizinde Doğu Afrika, Batı Afrika, Amerika-Karayıpler, Doğu Asya, Güney Asya ve Okyanusya bölgelerinde yer alan gelişmekte olan ülkelerde; Asya, Avrupa ve Okyanusya bölgelerinde bulunan geçmiş ülkelerde ihracata yönelik büyümeye hipotezinin desteklendiği bulgusu elde edilmiştir. Güney Afrika bölgesinde yer alan gelişmekte olan ülkelerde ise ihracattan büyümeye doğru negatif yönlü bir nedensellik tespit edilmektedir. Yani, Güney Afrika bölgesinde yer alan gelişmekte olan ülkelerin ihracat artışlarının büyümeyi olumsuz yönde etkilediği bulgusu elde edilmektedir.

Ülkelerin karşılıklı ticari ilişkilerinin dikkate alındığı sosyal ağ analizi sonucunda, 2001 yılına kadar Asya, Avrupa, Amerika bölgelerinde bulunan gelişmiş ülkelerin ve Doğu Asya'da bulunan gelişmekte olan ülkelerin ticaret merkezinde bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak, 2001 yılı sonrasında Asya bölgesinde yer alan gelişmiş ülkelerin ağ analizinde artık merkezde değil, çevrede yer aldığı sonucuna varılmaktadır. 2001 sonrasında ticaret merkezinde ise yine Avrupa, Amerika bölgelerinde bulunan gelişmiş ülkelerin ve Doğu Asya'da bulunan gelişmekte olan ülkelerin yer aldığı sonucuna varılmaktadır.

Sosyal ağ analizi sonucunda elde edilen ihracat endeksi ile büyümeye arasındaki nedensellik analizi sonucunda; Doğu Afrika, Kuzey Afrika, Batı Afrika, Doğu Asya ve Güney Asya bölgelerinde yer alan gelişmekte olan ülkelerde; Avrupa bölgesinde bulunan gelişmiş ülkelerde ihracata yönelik büyümeye hipotezinin desteklendiği bulgusu elde edilmektedir.

Orta Afrika, Güney Afrika, Okyanusya bölgelerinde yer alan gelişmekte olan ülkelerde ve Okyanusya bölgesinde yer alan gelişmiş ülkelerde ihracattan büyümeye doğru negatif yönlü nedensellik bulgusu elde edilmektedir. Ihracatın bu ülke gruplarında büyük oranda ithalata dayalı olmasından dolayı böyle bir sonucun elde edildiği düşünülmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerden Orta Afrika ve Kuzey Afrika'da ticaret ağı dikkate alınmadığında istatistikî açıdan anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilemezken, ağ analizi ile Orta Afrika grubunda ihracattan büyümeye doğru negatif, Kuzey Afrika'da pozitif nedensellik olduğu tespit edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerden Karayıpler' de ve gelişmiş ülkelerden Asya'da ise ticaret ağları dikkate alınmadığında anlamlı bir nedensellik tespit edilirken, ticaret ağları dikkate alındığında bu uzun dönemli nedensellik ilişkisi istatistikî açıdan anlamsız hale gelmektedir. Çin, Kore gibi önemli ticaret merkezlerinin bulunduğu gelişmekte

olan Doğu Asya bölgesi için ticari ağlar dikkate alındığında nedenselliğin anlamılığının arttığı gözlemlenmektedir. Gelişmekte olan ülke grubundan ve gelişmiş ülke grubundan Okyanusya'da ise ağlar dikkate alınmadığında ihracata yönelik büyümeye hipotezinin geçerli olduğu, ticaret ağları dikkate alındığında ise bu nedensellik ilişkisinin negatifе döndüğü yani bu bölgelerde ihracatın büyümeyi azalttığı sonucu dikkat çekmektedir.

Sosyal ağ analizi aracılığı ile bölgelerin birbirleriyle karşılıklı ticari ilişkileri ticaret matrisi ile belirlendiğinden ihracatın yanı sıra ithalat da dolaylı olarak analize dahil edilmektedir. Ayrıca bölgelerin ticaret alanında merkezde mi çevrede mi bulunduğu da dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda ticari ilişkiler, göç çalışmaları gibi karşılıklı etkileşimlerin mevcut olduğu çalışmalarda sosyal ağ analizinin dikkate alınmasının daha doğru sonuçların bulunmasına olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

Abbas, S. (2012). Causality between exports and economic growth: Investigating suitable trade policy for Pakistan. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 5(10): 91-98.

Agrawal, P. (2015). The role of exports in India's economic growth. *Journal of International Trade & Economic Development*, 24(6): 835-859.

Awokuse, T.O. (2003) Is the export-led growth hypothesis valid for Canada? *Canadian Jornal of Economics*, 36(1): 126-136.

Balassa, B. (1978) Exports and economic growth: further evidence. *Journal of Development Economics*, 5(2): 181-89.

Bodman, M. P. (1996) On export-led growth in Australia and Canada: cointegration, causality and structural stability. *Australian Economic Papers*, 35(67): 282-99.

Canning, D. & Pedroni, P. (2008). Infrastructure, long-run economic growth and causality tests for cointegrated panels. *The Manchester School*, 76(5): 504-527.

Darrat, A. (1987). Are exports an engine of growth? Look at the evidence. *Applied Economics*, 19(2): 277-83.

Feder, G. (1983). On exports and economic growth. *Journal of Development Economics*, 12(1-2): 59-73.

Ghartey, E. E. (1993). Causal relationship between exports and economic growth: some empirical evidence in Taiwan, Japan and the US. *Applied Economics*, 25(9): 1145-52.

Giles, J.A. & Williams, C.L. (1999). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some noncausality results. *Econometrics Working Paper EWP9901*: 1-78.

Greenaway, D. & Sapsford, D. (1994) What does liberalisation do for exports and growth? *Weltwirtschaftliches Archives*, 130(1): 152-74.

Grossman, G.M. & Helpman, E. (1991). Innovation and growth in the global economy. Cambridge, MA: MIT Press.

Gül, E. & Kamacı, A. (2012), Dış ticaretin büyümeye üzerine etkileri: bir panel veri analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C:4(3): 81-91.

Jin, J. C. & Yu, E. S. H. (1996). Export-led growth and the US economy: another look, *Applied Economics Letters*, 3(5): 341-44.

Kunst R. & Marin, D. (1989) On exports and productivity. a causal analysis. *Review of Economics and Statistics*, 71: 699-703.

Kwan, A. C. C. & Kwok, B. (1995) Exogeneity and the export-led growth hypothesis: the case of China. *Southern Economic Journal*, 6(4): 1158-66.

Marin, D. (1992). Is the export-led growth hypothesis valid for industrialized countries?. *The Review of Economics and Statistics*, 678-688.

Mishra, P.K. (2011). The dynamics of relationship between exports and economic growth in India. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 4(2): 53-70.

Özmen, E. & Furtun, G. (1998). Export-led growth hypothesis and the Turkish data: an empirical investigation. *METU Studies in Development*, 25(3):491- 503.

Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. CESifo Working Paper Series No. 1229.

Pesaran, H.M. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2): 265-312.

Petreski, M. (2016). Export-Led Growth Hypothesis: Empirical Evidence From Macedonia. *CEA Journal of Economics*, 2(1).

Ram, R. (1985). Exports and economic growth: some additional evidence. *Economic Development and Cultural Change*, 33(2). 415-25.

Salvatore, D. & Hatcher, T. (1991) Inward and outward oriented trade strategies. *Journal of Development Studies*, 27(3), 7-25.

Sengupta, J. K. & Espana, J. R. (1994) Exports and economic growth in Asian NICs: an econometric analysis of Korea. *Applied Economics*, 26(1): 41-51.

Şimşek, M. (2003). İhracata dayalı-büyüme hipotezinin Türkiye ekonomisi verileri ile analizi, 1960–2002. *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*,18 (2): 43- 63.

Şimşek, M. & Kadılar, C. (2010). Türkiye'de beşeri sermaye, ihracat ve ekonomik büyümeye arasındaki ilişkinin nedensellik analizi. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1):115- 140.

Takım, A. (2010). Türkiye'de GSYİH ile ihracat arasındaki ilişki: Granger nedensellik testi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2):1-16.

Tunalı, V. (2016). Sosyal Ağ Analizine Giriş. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

Tyler, W. G. (1981). Growth and export expansion in developing countries: Some empirical evidence. *Journal of Development Economics*, 9(1): 121-30.

Yapraklı, S. (2007). İhracat ile ekonomik büyümeye arasındaki nedensellik: Türkiye ekonomisi üzerine ekonometrik bir analiz. ODTÜ Gelişme Dergisi, 34(1):97-112.

Ek -1. Ülke Grupları ile ilgili bilgiler

| Grup İsmi | Grubu | Grupta bulunan ülkeler |
|---------------------|---------|--|
| Doğu Afrika2 | G.O. Ü. | Burindi, Komoros, Cibuti, Eritre, Etiyopya, Kenya, Madagaskar, Malavi, Morityus, Mozambik, Ruanda, Seyşeller, Somali, Uganda, Tanzanya, Zambiya, Zimbabwe |
| Orta Afrika2 | G.O. Ü. | Angola, Kamerun, Orta Afrika Cumhuriyeti, Çad, Kongo, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Ekvator Ginesi, Gabon, Demokratik Sao Tome ve Principe Cumhuriyeti |
| Kuzey Afrika2 | G.O. Ü. | Cezayir, Libya, Mısır, Fas, Sudan, Tunus, Batı Sahra |
| Güney Afrika2 | G.O. Ü. | Botswana, Lesoto, Namibya, Güney Afrika, Svaziland |
| Batı Afrika2 | G.O. Ü. | Benin, Burkina Faso, Cape Verde, Fildişi Sahilleri, Gambiya, Gana, Gine, Gine-Bisav, Liberya, Mali, Moritanya, Nijer, Nijerya, Saint Helenalı, Senegal, Sierra Leone, Togo |
| Amerika-Karayıpler2 | G.O. Ü. | Anguilla, Antigua ve Barbuda, Aruba, Bahama, Barbados, Bonaire- Sint- Eustatius ve Saba, İngiliz Virgin Adaları, Keyman Adaları, Küba, Dominik, Dominik Cumhuriyeti, Greneada, Haiti, Jamaika, Monserat, Hollanda Antilleri, Saint- Kitts ve Nevis, Saint Lucia, Saint Vincent ve Grenadine Adaları, Sint Maarten, Trinidad ve Tobago, Turks ve Caicos Adaları |
| Orta-Amerika2 | G.O. Ü. | Beliz, Kosta Rika, El Salvador, Guatema, Honduras, Meksika, Nicaragua, Panama |
| Güney Amerika2 | G.O. Ü. | Arjantin, Bolivya, Brezilya, Şili, Kolombiya, Ekvator, Falkland Adaları, Guyana, Paraguay, Peru, Surinam, Uruguay, Venezuela |
| Doğu Asya2 | G.O. Ü. | Çin, Kuzey Kore, Güney Kore, Moğolistan |
| Güney Asya2 | G.O. Ü. | Afganistan, Bangladeş, Butan, Hindistan, İran, Maldivler, Nepal, Pakistan, Sri Lanka |

| | | |
|----------------|---------|--|
| GüneydoğuAsya2 | G.O. Ü. | Brunei Darüssalam Sultanlığı, Kamboçya, Endonezya, Lao Demokratik Halk Cumhuriyeti, Malezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland, Timor-Leste, Vietnam |
| BatıAsya2 | G.O. Ü. | Bahreyn, Irak, Ürdün, Kuveyt, Lübnan, Umman, Katar, Suudi Arabistan, Filistin, Suriye, Türkiye, Birleşik Arap Emirliği, Yemen |
| Okyanusya2 | G.O. Ü. | Amerikan Samoası, Cook Adaları, Fiji, Fransız Polinezyası, Guam, Kiribati, Marshall Adaları, Mikronezya, Nauru, Yeni Kaledonya, Niue, Kuzey Mariana Adaları, Palau, Papua Yeni Gine, Samoa, Solomon Adaları, Tokelau, Tonga, Tuvalu, Vanuatu, Wallis ve Futuna Adaları |
| Amerika1 | G.Ü | Bermuda, Kanada, Grönland, Saint Pierre ve Miquelon, A.B.D. |
| Asya1 | G.Ü | İsrail, Japonya |
| Avrupa1 | G.Ü | Andora, Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Cebelitarık, Hırvatistan, Kıbrıs Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsviçre, İsviçre, Birleşik Krallık |
| Okyanusya1 | G.Ü | Avustralya, Yeni Zelanda |

Not: Gruplandırmalar, Birleşmiş Milletler sınıflandırmasına göre yapılmıştır. G.O.Ü.: Gelişmekte olan ülke, G.Ü.: Gelişmiş Ülke anlamına gelmektedir.

Financial Reporting Standards of Revenue for Large and Medium-sized Enterprises; Review of Turkey and Somalia

Dr. Gökhan Baral

Sakarya Üniversitesi

baral@sakarya.edu.tr.

Ahmed M. Ali

Sakarya Üniversitesi

ahmed.ali@ogr.sakarya.edu.tr

Abstarct

In this study, the accounting records and financial reporting practices of revenues of large and medium-sized enterprises in Turkey and Somalia were examined. Large and Medium-sized Enterprises can contribute to the country's economy by providing a large portion of production and employment. Large and Medium-sized Enterprises play an important role in promoting individual savings, regional equitable development, spreading property over a wide area, providing employment opportunities, and so on. In the increasingly competitive environment in recent years, the accounting and financing structures of large and Medium-sized Enterprises have become increasingly important. "International Accounting Standards" are not mandatory for enterprises in Somalia. However, international investor companies use "International Financial Reporting Standards". Using International Financial Reporting Standards has now become a prerequisite for attracting international investors and for incorporating global economics. The application in Turkey is quite different from that of Somalia. The public interest entities or public profit-seeking organizations in Turkey is obliged to implement the International Accounting and International Financial Reporting Standards. Micro or small-scale businesses are excluded from this application. These businesses do record and report under the scope of Turkey general communiqué on accounting system application and tax procedure law. As of July 29, 2017, the Financial Reporting Standards for Large and Medium-Sized Enterprises was published in the official newspaper of the Republic of Turkey. Accordingly to this, In Turkey, the businesses that meet the definition of Large and Medi-

um-Sized Enterprises hereafter are compulsory to report within the scope of Large and Medium-Sized Enterprises Financial Reporting Standards. The Financial Reporting Standards of the Large and Medium-Sized Businesses are simplified version of the international accounting and financial reporting standards. Large and Medium Enterprises Financial Reporting Standards are expected to improve the efficiency and effectiveness of the application. Financial Reporting Standards of Large and Medium-Sized Enterprises in Turkey will be an alternative solution to the problems of financial reporting encountered by the Somalia's large and medium-sized businesses.

Keywords: Somalia, Turkey, Accounting Standards, Large and Medium-Sized Enterprises Financial Reporting Standards, IAS / IFRS.

Introduction

In many studies where the main problems of large and medium sized enterprises are monitored, financing problem seems to be the most fundamental problem of Large and Medium Size Enterprises. Looking at large and medium-sized enterprises worldwide, it has been found in many studies that financing difficulties are much more prevalent than larger enterprises. The most important reason for this is always shown as not being able to take advantage of the capital markets as much as necessary. As a result, the Large and Medium Businesses meet all financial problems they cannot meet with high credit for them. Already the major disadvantages of large and medium sized enterprises in financing can be seen as the inability to enter into capital markets, limited subsidies, collateral and high credit costs. In addition, large and medium sized enterprises cannot have advanced technology due to lack of financing, they have to work hard with old technology. This negatively affects the quality of the goods they produce. Poor production, Large and Medium Businesses' sales force, therefore, large enterprises are hampering competition power. There is no possibility of production with export made with old technology and competition in international markets. Large and Medium-sized Enterprises are generally inadequate in market and sector information, and the technology levels are also low. They cannot follow domestic and foreign technical and commercial developments. They are working with less qualified staff, attracting qualified staff. They are engaged in informal work in order to avoid taxes and other public liabilities. This adds an additional barrier to their operations and progress. With the Financial Reporting Standard

for Large and Medium Enterprises, it is required that the companies become more institutionalized and more accurate information should be entered into the recording system.

Basis for Establishment and Status of the Authority: In order to ensure more effective auditing and public oversight system, the POA was established in accordance with “Public Oversight, Accounting and Auditing Standards Authority’s Organization and Responsibilities Decree Law” numbered 660, issued on November 2, 2011.

The Public Oversight Authority is responsible for achieving an effective public oversight in Turkey. The Public Oversight Authority is also responsible for setting standards that ensure the preparation and auditing of financial statements in compliance with international standards. In order to establish a high quality and reliable financial reporting and auditing environment, the Public Oversight Authority has four main functions which are:

- setting accounting standards
- setting auditing standards
- authorizing and registering auditors and audit firms
- overseeing, inspecting and applying legal enforcement to auditors and audit firms

Financial Reporting Standard for Large and Medium-sized Entities (FRS for LMEs) was published in the Official Gazette No. 30138 dated July 29, 2017 and will be applied for the reporting periods beginning on and after 1 January 2018. FRS for LMEs is the financial reporting framework **for the entities, which do not have to apply Turkish Financial Reporting Standards but are within the scope of the independent audit.** The purpose of the FRS for LMEs is to provide fair, relevant and comparable financial information to the users of financial statements.

FRS for LMEs consists of **27 sections and complies with international accounting and financial reporting practices and EU regulations.** It sets out the accounting principles for all accounting transactions that entities may need. FRS for LMEs prepared in line with the “**think small first**” approach in the EU Accounting Directive. It provides a cost-based financial reporting for medium-sized entities and introduces additional obligations for large entities.(www.kgk.gov.tr)

REVENUE STANDARD:

Financial Reporting Standard for Large and Medium-sized Entities (FRS for LMEs):

In accounting, revenue is the income that a business has from its normal business activities, usually from the sale of goods and services to customers.

- Sale of goods
- Service delivery.
- Construction contracts.
- interest, name rights and dividends

Measurement of Revenue: (Bobi,2017)

Sale of goods:

If the interest is longer than one year:

- the interest should be separated.
- the interest is recognized as an interest income.

- the amount of revenue should include only the gross economic benefit that the entity can provide on its behalf.
- amounts collected on behalf of third parties are not considered revenue

- The recording of revenues from the sale of goods.
- the significant risks and rewards should be transferred to the Buyer.
- it should not be maintained its control.
- the amount of revenue should be measured reliably.
- there must be a possibility of economic benefits that the business will receive.
- Its Costs should be measured reliably.
- the risk arising from ownership and when it should be considered transferred.
- no significant loss is recognized when significant risks and benefits are retained.
- consignment sales
- have installation requirements on the sale.

The Percentage of Completion Method:

- The percentage of completion method is an accounting method in which the revenues and expenses of long-term contracts are recognized as a percentage of the work completed during the period.
- In this method, the amount of revenue to be recognized in the financial statements or completion of the contract according to the level of the process is determined.

At the end of each reporting period, the multiplication of the percentage of completion with the total revenue amount determines the amount of revenue that must be recorded as a cumulative amount at the end of the relevant reporting period. Methods that can be used in determining the level of completion. The ratio of actual costs to estimated total costs up to the relevant date. Completion rate that can be determined concretely by the process of service provision or the subject matter of the contract. Where the outcome of the transaction can be reliably estimated; the amount of the proceeds shall be recorded at the end of the reporting period, by taking into account the percentage of completion. (Özerhan,2015)

The percentage of completion method formula:

Cost incurred ÷ total estimated cost = The percentage of completion * Total Revenue = The amount of total revenue to be on the record.

- The Recording of Revenues Arising from The Provision of Services:
- The amount of revenue should be reliably measured.
- There should the possibility of obtaining economic benefits.
- level of completion should be reliably measured.
- Costs must be reliably measured.

Construction Contracts

In cases where the outcome of a building contract can be reliably estimated, revenue and costs related to the contract are reflected in the profit or loss, by taking into account the completion level of the activity. An interest rate is the amount of interest due per period, as a proportion of the amount lent, deposited or borrowed. Name right; such as patents, trademarks, copyrights, software programs, as well as the use of long-term assets. A dividend is a payment made by a corporation to its shareholders, usually as a distribution of profits. The naming

rights are accrued within the framework of the contract provisions, taking into account the essence of the contract concerned. profit shares are accounted for when shareholders have the right to receive payment.

Examples of Revenue

Businesses may choose to sell their goods on account for a variety of reasons, rather than cash. In this case, they charge their customers “late interests” for the additional period they acquire. The income from goods sold is recognized as part of accounting practices.

This price demanded by the businesses is recognized as a part of the income derived from goods sold in accounting Application of Turkey. However, in accordance with the regulations on the subject of Turkey Accounting Standards, shall not be recognized as part of the income derived from goods sold; instead of that “Deferred (Unrealized) Maturity Revenues” subaccount is recorded. As longs as interest accrued the amount of interest accrued are recorded by debiting in the account of interest income and crediting “Deferred Maturity Revenues” sub-account. Thus, at the end of the maturity, the “Deferred Maturity Revenues” sub-account does not give a balance for the mentioned purchase and the account is closed. In FRS for LMEs, one-year late interests are not displayed in a separate account, and if there are late interests that longer than one-year, they are displayed in separate accounts.

Example1:

16.5.20X1, The Gürgen Trade Business has sold goods with a cost of ₺1,500 and a spot price of ₺2,000 to M Business at a price of ₺2,450 with a VAT tax of 20%. The credit has a 3-month maturity, with 265 invoice. (Anadolu Univ. Gen Muh1,2012)

According to Turkey accounting practices:

-----16.5.20X1-----

| | | |
|--------------------------|-------|-------|
| | | |
| Accounting Receivable | 2,940 | |
| Domestic Sales | | 2,450 |
| VAT Calculated | | 490 |
| | | |
| Cost of Trade Goods Sold | 1,500 | |
| Trade Goods | | 1,500 |
| | | |

According to Turkey Accounting Standards:

-----16.5.20X1-----

| | | |
|----------------------------|-------|-------|
| Accounting Receivable | 2,940 | |
| Domestic Sales | | 2,000 |
| Deferred Trade Receivables | | 450 |
| VAT Calculated | | 490 |
| | | |
| Cost of Trade Goods Sold | 1,500 | |
| Trade Goods | | 1,500 |

Fair value differences are recognized in profit and loss accounts and valuation of available-for-sale financial assets are amortized at cost, and valuation differences are recorded in related accounts, such as in equity securities. Effective Interest Method (EIM) is used to calculate the amortized cost value of the estates. In order to apply EIM, it is first necessary to find the effective interest rate (EIR).

Example 2:

ABC Tic. Ltd. Sti. On December 1, 201X, a bond with a nominal value of ₺100,000 and 90 days remaining maturity was bought at ₺90,000. At 31 December 20X1, the stock exchange price was ₺95,000. To calculate the value of the relevant bond at the reporting day or date according to the Effective Interest Method Firstly, we have to find The effective interest rate (i value) (Anadolu Univ.Envanter,2012)

$$100.000 = 90.000 \times (1 + i)^{\frac{90}{365}}$$

$$i = \left(\frac{100.000}{90.000} \right)^{\frac{365}{90}} - 1$$

$$i = (1,11)^{4,056} - 1$$

$$i = 0,5269$$

after finding the effective interest rate, the value of ₺100,000 bond at the end of the maturity (60 days after 31.12) shall be calculated as of 31.12.201X :

$$\text{Current value of the bond} = \text{Future value of the bond} \div (1 + i) \frac{\text{Remaining majority Days.}}{365}$$

$$\text{Today's value of the bond} = \frac{100.000}{(1+0.5269)^{\frac{60}{365}}}$$

$$\text{Today's value of the bond} = \frac{100.000}{1,07187} = \text{₺}93.295$$

The purchase price is 90,000 and the discounted value of the bond at the end of the maturity (60 days later) is 100,000, down to the date of 31.12.201X. In other words, the interest rate hitting the bond in 30 days is 3,295 (93,295 - 90,000). On the other hand, the fair value of bonds on a market basis was 95,000, i.e. the value increased by 1.705 (95,000 - 93,295). The recording of the above two calculations can be done as follows:

-----31.12.201X-----

| | | |
|--|-------|-------|
| | | |
| Private Sector Bonds, Notes and Shares | 4,995 | |
| Interest income | | 3,295 |
| Increase of Marketable security | | 1.705 |

Example 3:

Filiz Construction Inc. the information of the construction contract that it signed is as follows;

Start date: January 2010

Expires: June 2012

Estimated contract revenue: 150.000.000 TL and at the end of work

Estimated cost of the contract: 120.000.000 TL

The construction work will be delivered in June 2012. The projected expenditures construction of Filiz Construction Co. are as follows for years;

I. Year: \$ 60,000,000

II. Year: \$ 40,000,000

III. Year: \$ 20,000,000

How are the journal entries (according to TAS) made over the years of construction work given above?

(Expenses incurred in determining the completion rate will be taken as bas)
(www.referansbd.com.tr)

Solution: The completion rates and estimated revenues of the construction work over the years are as follows;

| Years | <u>Spending Amount</u> | <u>completion</u> | Rate | <u>Estimated Revenue</u> |
|------------------|------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|
| I. Year | 60,000,000 | | 50% | 75,000,000 (a) |
| II. Year | 36,000,000 | | 30% | 45,000,000 (b) |
| <u>III. Year</u> | <u>24,000,000</u> | <u>20%</u> | <u>30,000,000</u> | <u>(c)</u> |
| Total | 120,000,000 | | 100% | 150,000,000 |

I. Year Records

The first-year construction completion rate and estimated revenues are as follows;

First year: $60.000.000 / 120.000.000 = 50\% \times 150.000.000 \text{ TL} = 75.000.000 \text{ TL}$

| Explanation | Debit | Credit |
|--------------------------------|------------|------------|
| Cost of Production of Services | 60.000.000 | |
| Suppliers | | 60.000.000 |
| Cost of Production of Services | 60.000.000 | |

| | | |
|---|------------|------------|
| Reflection Accounting For Cost of Production Services | | 60.000.000 |
| Income Accruals Connected To Progress From Work | 75.000.000 | |
| Domestic Sales | | 75.000.000 |
| | | |

| COMPARISON (REVENUE) | | |
|------------------------------------|--|---|
| | FRS FOR LMEs | GCASI |
| General Recording Criteria | There must be a possibility that economic benefits will be obtainable. benefits should be reliably measured. | Goods delivery or service charge\The delivery of goods or performance of service. |
| Measurement | The expected price to buy (Receive) - Discounts | Sales price discounts |
| Maturity difference | If the maturity is longer than 1 year, the maturity difference is not separated | the maturity difference is separated. all maturity differences must be separated. Except for ease of application |
| Service Delivery (Recognition) | The percentage of completion method is used to account for the period. | When the service is executed and the income is finalized as nature and amount, it is When the obligation is fulfilled (in a specific time). all maturity differences must be |
| construction contracts (Recording) | is recorded or account for the period, by using the percentage of completion method. | Is recorded at the completion of the construction (completed commitment method). As long as the obligation to act is fulfilled (with a certain or time span). |
| Interest (Measurement) | Effective interest method | undetermined or not specified Compatible with FRS for LMEs |

RESULT

Public Oversight Authority; Adopted International Financial Reporting Standards. However, taking into account the economy, the tax operation of Turkey, national accounting practices concerning about Large and Medium Entities (LMEs) have been adopted. Understanding these standards is easier and more logical to implement.

In the Study; Revenue Standards have been probed. If there is an interest in the sale of goods or services, it should be shown separately from sales income. For Tax Procedure Law of Turkey, it is only essential to write revenue, is not important to state what the income is. International Financial Reporting Standards (IFRS) require that if there is an interest it should be presented separately, irrespective of whether it is longer or shorter than one year. The FRS for LMEs specifies that a short-term (up to one-year) interest is an unnecessary be displayed separately from sales revenues, but if the interest rate arising from the sale is longer than one year it should be separately shown.

In construction companies according to Tax Procedure Law (TPL) of Turkey, revenues is writing and taxes should be paid at the end of the continued years of job or the at end of the project, while; the Standards of Large and Medium Sized Enterprises (LMEs) and International Financial Reporting Standards, employ the Percent of Completion method to determine and separately monitored the expenses and incomes of each year.

In accordance with large and medium-sized enterprises (LMEs) standards and International Financial Reporting Standards in calculating Interest arising from futures transactions, such as bonds; is carried out by applying the effective interest method.

In Somalia, international large corporations apply the International Financial Reporting Standards. They do not apply the Local Accounting System. Small businesses are implementing the Local Accounting System. Taking national and international convergence of accounting and auditing activities like Turkey is more plausible, realistic and accurate. Institutions like the Public Surveillance Authority have to be established in countries like Somalia. Institutionalization of companies, an attraction of foreign capital, presentation of correct information, acceptance of standards for the calculation of realistic tax debts and harmonization with the local system are essential.

References

Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS),Bölüm:5, s:29, Ankara, 2017

Yıldız Özerhan ve Serap Yanık,TMS/TFRS,Türmob Yayınları:475,105,Ankara,2015.

Anadolu Üniversitesi Yayınları,Yayın no:2654,Açıköğretim Fak.Yayın No:1620,Genel Muhasebe 1,s:174,Eskişehir,2012.

Anadolu Üniversitesi Yayınları,Yayın no:2488,Açıköğretim Fak.Yayın No:1459,Envanter ve Bilanço, s:56,Eskişehir, 2012.

(www.kgk.gov.tr)

(www.referansbd.com.tr)

ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE İŞ ARKADAŞLARI VE YÖNETİCİNİN ETKİSİNİN KARŞILAŞTIRILMALI OLARAK İNCELENMESİ

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi

İşletme Fakültesi

oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Armağan ERCAN

Düzce Üniversitesi

Sosyal Bil. Enst.Girişimcilik ABD

armagan.ercan1453@gmail.com

Özet

Yenilik, ister ulusal ister uluslararası boyutta düşünülsün hemen her türlü işletme için rekabetin itici gücü olarak değerlendirilmektedir. İşletmelerin mal ya da hizmetlerinde yapacakları yeniliklerde yönetimin bu konudaki istekliliği ve bilgi düzeyi kadar çalışanların bu yeniliklere karşı tutumları da oldukça etkilidir. Yenilikleri oluşturmak asla tek başına yeterli olmayacağıdır. Bu yeniliklerin uygulanması ve desteklenmesi gerekmektedir. Çalışanların yenilikçiliğe gönüllü olması, yenilikleri destekleyici yönde davranış sergilemesi işletmede yeniliklerin daha kolay hayatı geçirilmesini ve sürdürülmesini sağlayacaktır. Çalışanların yenilikçi davranış sergilemesinde örgütsel ve bireysel birçok faktör etkili olmaktadır. Bu çalışmada, örgüt ortamlarında yeniliklerin en etkili belirleyicisi olarak iş görenlerin yenilikçi davranışlarını etkileyen yönetici davranışları ve bir o kadar yenilikçilikte etkili olduğu düşünülen çalışma arkadaşları desteği inceleme konusu olmuştur. Yöneticiler belirledikleri politikalar ile yenilikleri ortaya çıkmaya sürecinde aktif rol alırlar. Çalışanlar ise yenilik sürecinin her aşamasında fikir ve davranışları ile yeniliklere yön verirler. Çalışanlar yenilikçi adımlar atma noktasında yöneticilerden etkilendiği kadar birlikte çalışıkları iş arkadaşlarında

da etkilenebilir. Bu etkileşim yenilikçi davranışlar için tetikleyici bir güç oluşturabileceği gibi tam aksine yeniliklerin öünü kesecek olumsuz tutumlara da sebep olabilir. Bu çalışmada örgüt üyelerinin yenilikçi davranışlarında yöneticinin etkisi ve çalışma arkadaşının etkisi birbiri ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Araştırmada birincil verilerin toplanması için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Yenilikçi iş davranışlarını ölçmek için De Jong J.P.J. ve Den Hartog, D.N. tarafından 2010 yılında geliştirilen "yenilikçi iş davranışları" ölçeği kullanılmıştır. İş arkadaşlarının ve yöneticinin desteğini ölçmek için ise Giray ve Şahin tarafından 2012 yılında geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan "algılanan örgütsel, yönetici ve çalışma arkadaşları desteği ölçeği" kullanılmıştır. Düzce ilinde büyük işletmeler kategorisinde faaliyet gösteren işletmelerden elde edilecek olan veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların yenilikçi iş davranışını sergiledikleri ve davranışlarında çalışma arkadaşı desteği ile yönetici desteği arasındaki etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilikçilik, yenilikçi davranış, yönetim desteği, çalışma arkadaşı desteği

JEL Kodu: J24, M11, O31

COMPARATIVE INVESTIGATION OF EFFECTS OF THE COLLEAGUE AND THE MANAGER ON THE INNOVATIVE BEHAVIOR OF THE EMPLOYEES

Abstract

Innovation is considered as the driving force of competition for almost any business, whether it is considered national or international. Employee attitudes towards these innovations are also very influential in the innovations. Employees attitudes towards these innovations are also quite influential, as are the willingness and level of knowledge of the management of innovations in the business of goods or services. Creating innovations will never be enough by itself. These innovations need to be implemented and supported. Volunteering for employees innovations will help make innovations easier to live and maintain while operating behavior displays that support innovations. Organizational and individual factors are influential in the innovative behavior of employees. In this study, managerial behaviors and colleagues support that affect the behavior of workers were examined. It is assumed that managers as well as colleagues will influence innovative behavior. Managers take an active role in the process of discovering innovations with politics. Employees direct innovations with ideas and behaviors at every stage of innovation process. Employees can also be influenced by managers at the point of taking innovative steps as well as with colleagues they work with. This interaction can create a triggering force for innovative behaviors, and on the contrary, it can also lead to negative attitudes to cut innovation. In this study, the influence of the manager and the influence of his colleague on the innovative behaviors of the members of the organization will be examined in comparison with each other. For the collection of primary data in the survey, a questionnaire of quantitative research methods will be used. Innovative business behavior" scale will be used to measure innovative business behaviors, It is developed by De Jong J.P.J. ve Den Hartog, D.N in 2010. In order to measure the support of colleagues and administrators, Giray and Şahin will be used scale in 2012. The validity and reliability study of this scale was made by the authors in 2012. the primary data will be obtained from the enterprises operating in the large category of businesses in Düzce. The data analyzed by the SPSS program. It has been achieved that the participants in the research have exhibited innovative

business behavior and that the behavior of the co-worker and the manager are influential in their behavior.

Keywords: Innovation, innovative behavior, management support, colleague support

JEL Code: J24, M11, O31

1. GİRİŞ

Günümüzde artan rekabet koşullarına bağlı olarak yenilikçi iş davranışları çok önemli bir hale gelmiştir. Örgütlerde sürekli değişen çevre koşullarına karşı ancak yenilikçilikle mücadele etmesi mümkün değildir. Çağ ilerledikçe örgütlerinde ilerleme kat etmesi yok olmamaları için mecburi bir durumdur. Örgütlerin doğan hayat seyrini uzatması, koşullara olan adaptasyon düzeyine bağlıdır. Kolay adaptasyonun sağlanması bilinmesi içinde örgüt yapısının katı bir hiyerarşi ile yönetilmeyen, esnek bir yapıya sahip yeni düşüncelere önem veren iş görenlerin düşüncelerini önemseyen bir yönetim ile mümkün olmaktadır.

Yenilikçi iş davranışları örgütlerin rekabet ortamındaki konumlarını belirlemelerine bağlı bulunduğu sektör dalındaki diğer örgütler ile kendini karşılaştırma olanağı sağlayan bir kavramıdır(Eleren ve Soba, 2009). Bundan dolayı yenilikçi iş davranışları örgütlerin uzun vadedeki amaçları olan rekabet üstünlüğü sağlama, hayatı kalma ve kar elde etmeleri için yenilik kavramı çok önemli bir konumdadır. Aynı zamanda yenilik kavramı bir örgütteki en önemli performans kriterleri arasında yer almaktadır(Bulut vd, 2009). Bununla birlikte işletmelerin performansını artırıcı bir faaliyet olarak öne çekmektadır (Kaplan ve Norton, 1996). Örgütler sistem değişikliklerine giderek sistemlerini yeniden yapılandırma yolu ile ürün yada hizmet kalitesinde artış yada maliyetleri minimize etme yoluna baş vurmaktadırlar. Bu durum ise yenilikçilik olarak ifade edilmektedir. Yenilikçi düşünün bireyler özünde yaratıcılık, yenilikçilik ve değişimi bir fırsat unsuru olarak görme eğilimi bulunmaktadır. Bu eğilimde bir yeniliğin gerçekleştirilemesini işlemeler açısından daha kolay hale getiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır(Marangoz, 2016). Bundan dolayı orgüte artı bir katma değer katabilecek yeniliklerin işletmenin mevcut pazar payına önemli ölçüde katkı payı olduğu ve işletmelerin doğal yaşam döngülerini uzatması açısından da fırsat sağlamaktadır.

Örgütlerdeki iş görenlerin performans düzeyi için motivasyon unsuru ayrıca bir öneme sahiptir. Bu bağlamda iş görenlerin yenilikçi iş davranışları sergilemelerinde de motivasyon düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Ancak sadece

örgütsel destek ve buna bağlı olarak yönetici desteği tek başına bir motivasyon unsuru olamamaktadır. Bunu sebebi ise iş görenlerin her şeyden önce sosyal ihtiyaçlarının olmasıdır. İş görenlerin örgüt içerisindeki gerek iş ile gerekse de özel yaşantıları ile ilgili durumlarını paylaştıkları kişiler ise çalışma arkadaşlarıdır. Çalışma arkadaşları ile olan ilişki düzeyinin kalitesi bireyin hem iş performanslarını hem de çalışma arkadaşlarından almış oldukları destekler yenilikçi iş davranışlarını üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı yönetici desteğinin ve iş arkadaşı desteğinin çalışanların yenilikçi iş davranışlarına olan etkisinin belirlenmesidir. Ayrıca araştırmaya katılanların, yönetici desteği ve çalışma arkadaşı desteği algılarını belirlemekte çalışmanın amacıdır. Araştırmanın bir diğer amacı ise iş görenlerin yenilikçi iş davranışlarının demografik faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını araştırmaktır.

Çalışma kapsamında yönetici desteğinin ve çalışma arkadaşı desteğinin çalışanların yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesi ile en alt kademeden en üst kademeeye kadar birçok yönetici için yenilikçi davranışları etkileyebilecek örgüt içi ve örgüt dışı birçok faktöre ek olarak yönetici ve çalışan desteğinin önemi vurgulanacaktır. Yenilik yapmak rekabetçi üstünlük için en önemli itici güçtür. Bu çalışma ile yeniliğe çalışan davranışını olarak dikkat çekilecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yönetici Desteği

İnsanlar gerek sosyal hayatlarında gerekse iş hayatlarında başkaları tarafından desteklendiğini hissetmeyi istemektedirler. Hissedilen bu destek algısı bireylerde kendini iyi hissetmesine olumlu fikirler üretmesine ve motivasyonlarının artmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda yönetim tarafından iş görenlere sağlanan destek sonucunda hem örgütün amaçlarını hem de iş görenlerin bireysel amaçlarını gerçekleştirmeleri konusunda önem arz etmektedir(Ozkuk, 2017). Yönetici desteği kavramı konusunda literatür incelendiğinde Gagnon ve Michael (2004). Bir yöneticiye olması gereken başlıca destek öğelerinin; "yöneticinin çalışana yardım etme konusundaki istek düzeyi, kurulacak güven ve gösterilecek saygı" olduğunu belirtmişlerdir. Rooney ve Gottlieb, (2007). ise yöneticilerin iş görenleri ile empati kurarak, onlara karşı ilgili olmayı tanımladığı duygusal destek, iş görenlerin göstermiş olduğu performanslara karşılık geri bildirim vermesini tanımladığı değerlendirme desteği içinde bulunulan örgütün maddi imkanlarından yararla-

nilması ve temin edilmesini tanımladığı araçsal destek ve bilginin temin edilerek iş görenlere danışmanlık yapılmasını tanımladığı bilgisel destek olmak üzere toplam dört destek düzeyi tanımlamıştır. Kraimer ve Wayne, (2004). ise destek türlerini; uyum, finansal ve kariyer desteği olarak belirtmişlerdir. Yönetici desteğini en haliyle tanımlamak gerekirse iş görene birincil yöneticisinin göstermiş olduğu destektir(Yoon ve Lim, 1999). Bir başka ifadeyle yönetici ile iş gören arasındaki pozitif ilişkinin sürdürülme bilinmesi ve astların performansında olumlu artışlar sağlanabilmesi için iş gören ihtiyaçlarının karşılanması(Bhanthumnavin, 2003). Gagnon ve Michael, (2004). Yönetici desteğinin başlıca öğelerini ikili ilişülerde saygı ve güvene dayalı olması ve yöneticinin iş görene yönelik yardım etme konusundaki istek düzeyinin yüksek olması şeklinde ifade etmiştir. Akdoğan ve Cingöz (2006). Yönetici desteği konusuna farklı bir bakış açısı getirerek iş görenlerin yeni fikir ve önerilerinin desteklenmesi, kurum içerisinde yenilik yapmak için gereken kaynakların temini konusunda gerek örgütün yapısı gerekse de iş süreçlerinin yenilikçi aktivitelere destek olacak formatta yeniden tasarlanması konusunda vurgu yapmıştır. Yoon, (2005).

2.2. Çalışma Arkadaşı Desteği

Çalışma arkadaşı desteği bireyin örgüt içerisinde birlikte ve aynı konum düzeyinde olan çalışma arkadaşlarından gördüğü desteği ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle açıklamak gerekirse iş görenlerin örgüt hiyerarşisinde kendisi ile aynı konum düzeyinde olup aynı işi yapan veya benzer pozisyonlarda çalışan bireylerden algıladığı desteği ifade etmektedir(Yoon ve Lim, 1999). Örgüt içerisindeki çalışanların sadece örgüt tarafından desteklenmesi yeterli bir motivasyon unsuru olarak görülmemektedir. Bunun sebebi ise iş görenlerin örgüt içinde birlikte zaman harcadıkları ve kısmen de olsa duygularını paylaşmış oldukları çalışma arkadaşları tarafından kabul ve destek görme ihtiyaçlarının bulunmasıdır. İş görenlerin iş ile ilgili olabileceği gibi iş dışı sebeplerden dolayı da çalışma arkadaşlarına ihtiyaç duyabilmektedirler. (Şentürk ve Tekin, 2015). Yeterli düzeyde çalışma arkadaşından destek göremeyen iş görenlerin yenilikçi iş davranışları sergilemede daha çekingen olabileceği düşünülmektedir. Bu durumda hem örgüt açısından hem de iş görenler açısından olumsuzluklara neden olabileceği ön görülmektedir. İş görenlerin çalışma arkadaşları ve meslektaşları ile kurdukları olumlu iletişim düzeyleri, çalışma süreci içerisinde iş görenlerin daha verimli sonuçları almasına neden olmaktadır. (Burt, 1992). Bu durumunda yenilikçi iş davranışlarını des-

tekleyeceği düşünülmektedir. Örgütlerde yenilikçiliğin arttırılması ve bunu bir örgüt kültürü haline dönüştürmesi için yöneticilere verilen tavsiyelerin başında iş görenlere yeterli desteğin sağlanması ve birbirlerini destekleyen ve kendi kendini yöneten takımların oluşturulması gerekmektedir(Detert vd, 2000). Bu kapsamda Krackhardt ve Stem'in, (1988). örgütlerde gayri resmi ilişkileri incelediği deneysel araştırmalarında, örgütlerin çevresel değişime ve belirsizliğe uyum sağlamasında bölümler arası yakın çalışma arkadaşı ilişkilerinin önemli bir etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. Yenilikçi İş Davranışları

Yenilik, bir örgütün yeni ürün ve hizmetler oluşturmaması yada mevcut olan ürün ve hizmetleri geliştirmesi şeklinde ifade edilmektedir. Genel kapsam olarak yenilik iş görenlere ait yeni fikirlerin ortaya konulması bunlara bağlı olarak yeni ürün, hizmet, teknik, stratejiler ve teknolojiler olarak açıklanmaktadır. Bir örgüt içerisinde yenilik yapma eğilimi olan iş görenlerin yüksek olması ile yenilikçi iş davranışlarını uygulamalarında olumlu artışlara neden olacağını söylemek mümkündür(İçerli vd, 2011). Kanter, (1983) tarafından, “yeni fikirlerin, süreçlerin, ürün ya da hizmetlerin ortaya konulması, kabul edilmesi ve uygulaması” olarak tanımlanan yenilikçilik kavramı iş görenler için önem arz eden bir performans ölçütı ile iş görenler tarafından önemsenen bir iş çıktısı olarak görülmektedir(- Çelik vd, 2014). Yenilikçi iş davranışlarının alan yazında; fikir keşfetme, fikir üretme, fikir uygulama ve fikir savunma olmak üzere dört alt başlıkta ele alınıp değerlendirildiği görülmektedir. Aşağıda bu 4 boyuta dephinilecektir.

Fikir Keşfetme: Fikir keşfetme aşamasında var olan bir sorun, ihtiyaç duyulan bir gereksinim ya da gerçekleştirilmek istenen şey saptanarak açıklanır. Bu aşama bireyin zihinsel durumunda güçlendirmeler yapacağı gibi başarma güdüsünü detekleyerek konuya odaklanmadada motive olmasının sağlamaktadır(Temizkalp, 2010). Örgüt içerisinde alışılmamışları deneme ve değişimi ifade eden yeni çözümler bulunmadır. Bu çözümler fikir keşfetme aşamasında teknolojik gelişmeler, yeni ürün ve hizmetler ya da alışılmış dışı üretim süreçleri olarak ortaya çıkabilmektedir(Başar, 2013).**Fikir Üretme:** Fikir üretme yeni iş metodlarının ya da yeni araç ve gereçlerin öğrenilmesi bunun sonucunda da sorunlara farklı çözümler getirilmesi yenilikçi bir fikir üretmenin temelini oluşturmaktadır(Marangoz, 2016). Bu süreç içerisinde yeni ürünler, metodlar yaratma olabileceği gibi yeni bir organizasyon

yapısı kurma ya da yeni bir pazara girme şeklinde karşımıza çıkabilmektedir(- Naktiyok, 2007). **Fikir Uygulama:** Yenilikçilik hangi alanda olursa olsun, yeni fikir ve uygulamaların edinimidir (Altuntaş ve Dönmez, 2010). Başka bir delege keşfedilen, üretilen yenilikçi fikirlerin iş süreçleri içerisinde sisteme dahil edilmesi yenilikçi bir fikri uygulanma sürecidir (Şekerdil, 2017). Fikir uygulama aşamasında birey sürecin akışını etkileyebilecek önemli kararları herhangi bir yönetimsel ya da örgütSEL baskiya maruz kalmaksızın özgür olarak bu kararı alabilmeleri gerekmektedir. (Kozak ve Yılmaz, 2010). **Fikir savunma:** Fikir savunma aşaması, bir problemin çözümünde kullanılacak yeni yöntemin, uygulandığı taktirde gerçekten var olan sorun ya da problemin giderilip giderilmeyeceğinin belirlenmesi aşamasıdır. Fikir üretme aşamasında saptanan bütün çözüm seçeneklerinin ihtiyaçları karşılayıp karşılamadığı hususunda fikir keşfetme aşamasında saptanan ölçütlerle ne düzeyde uyulup uyulamayacağı gibi bir dizi etkinlik içermektedir (Şenol, 2013).

4. Yönetici Desteği ve Çalışma Arkadaşının Yenilikçi İş Davranışları İle Olan İlişkisi

İnsan yaşamının her evresinde başkaları tarafından desteklendiğini algılaması kendisini iyi hissetmesine yol açmaktadır ve yapmış olduğu işlerde motive olmasına yol açmaktadır. Bununla ilişkili olarak bir iş göreninde bağlı bulunduğu örgüt tarafından desteklenmesi de önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili literatürde en fazla karşılaşılan kavamlara bakıldığından iş görenin kurumunda aldığı desteğin tanımlandığı örgütSEL destek algısı olmakla birlikte en az örgütSEL destek kavramı kadar önemli olan ve iş görenin memnuniyetini olumlu ya da olumsuz etkileyen yönetici desteği ve çalışma arkadaşı desteği (Giray ve Şahin 2012).

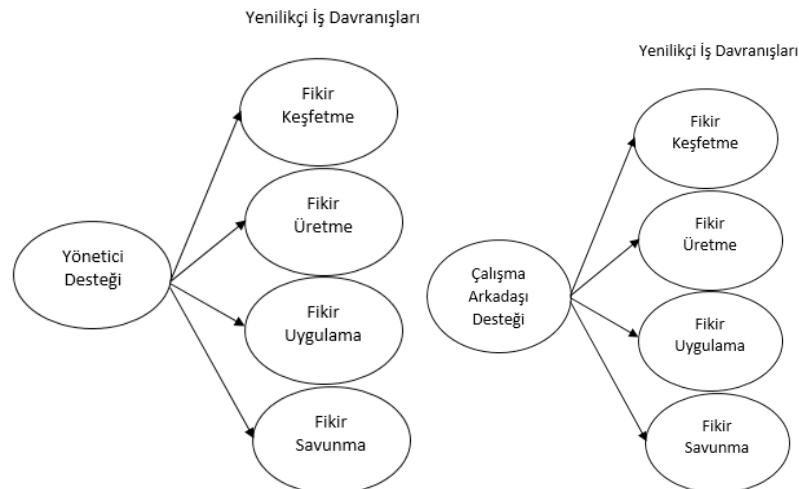
Örgüt içerisinde yenilikçi iş davranışlarının oluşabilmesi, ihtiyaç duyulan fikirlerin ve bireylerin yaratıcılık yönünün gelişmesi, örgüt içindeki bireylere ya da takımlara çeşitli özgürlüklerin sağlanması ile mümkün olabilmektedir. İllerleyen dönemlerde de yenilikçi iş davranışlarının olabilmesi de iş görenlerin kendilerini rahat ve özgür hissedebilecekleri dinamik bir yapının oluşturulması gerekmektedir (Kayış, 2017). İşletmeler rekabet ortamında ayakta kalabilmek için alanında başarılı ve yenilikçe fikirlere sahip bireyleri işletme bünyesine kazandırmaları ve bu bireylerden yararlanmak amacıyla yönetim katında risk alınması ve çalışanların fırsatları değerlendirmesi konusunda desteklenmesi gerekmektedir (Polatci, vd, 2008). Üst yönetimin desteği ile birlikte iş arkadaşlarının da desteğini alan iş

görenlerin verimliliklerinin artacağı, örgütün amaçlarına ulaşma yolunda olumlu yönde bir etkisinin olacağı ve iş görenlerin kendilerine ve örgütüne olan güveninde de olumlu artışlar göstereceği düşülmektedir(Yüceler, 2009).

5. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Rekabetin yeniliğe ve faklı olmaya dayandığı günümüz iş dünyasında işletmelerin yalnızca ürünlerinde yenilik yapması yetersiz kalmaktadır. Bu yeniliklerin ortaya çıkacağı zeminlerin hazırlanması için ayrı bir çaba gösterilmesi gerekmektedir. Yenilikleri planlama misyonunu üstlenen yönetim ve bu planların uygulanması sorumluluğunu alacak iş görenlerin karşılıklı bağlılıklarını amacın başarılmasında en belirleyici faktör olmaktadır. Çalışanların yenilikleri kabul etmesi, uygulaması ve yenilik üretmesi için yöneticisinin ve iş arkadaşının desteğiinin itici ve cesaretlendirici bir etkisi olacağı açıktır. Bu çalışmada yenilikçi iş davranışları yönetici ve çalışan desteği bağlamında ele alınıp değerlendirilmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezler



H1: Yönetici desteği fikir keşfetme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H2: Yönetici desteği fikir üretme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H3: Yönetici desteği fikir uygulama üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H4: Yönetici desteği fikir savunma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H5: Çalışma arkadaşı desteği fikir keşfetme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H6: Çalışma arkadaşı desteği fikir üretme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H7: Çalışma arkadaşı desteği fikir uygulama üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H8: Çalışma arkadaşı desteği fikir savunma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

6. Yöntem

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anket çalışması uygulama biçimlerine göre anket yöntemlerinden yüz yüze görüşme ankettir. Yüz yüze görüşme anket yönteminde araştırmacı bulunduğu bir ortamda kişilere anket formlarını dağıtır ve nasıl uygulanacağını açıklar. Kişiler anket formlarını kendileri uygularlar ve anket formuna kaydedeler (Büyüköztürk, 2005). Anket çalışması için örneklem belirlemeye olasılıklı örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada bilgi edinme süresinin kısa ve hızlı olması, bilgiye doğrudan doğruya birinci kaynaktan ulaşılması, analizlerde sayısal verilerden yararlanılarak sonuçlarının doğru ve güvenilir olması, planlanması ve uygulanmasının kolay olması açısından nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, Düzce Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı büyük işletme ve fabrikalar statüsündeki 5 işletmenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu beş işletmeden araştırma yapılmasına izin veren 2 işletmeden veriler toplanmıştır. Bu iki işletmede toplam çalışan sayısı 1500 tür. Kolayda örnek ile toplam 214 anket elde edilmiştir.

Araştırmamın bağımsız değişkenleri olan yönetici desteği ve çalışma arkadaşı desteği ile ilgili ölçek Giray ve Şahin tarafından 2012 yılında yapılan bir çalışmada alınmıştır. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan yenilikçi iş davranışları ile ilgili olan ölçek De Jong, ve Den Hartog(2010)' a ait öließektir. Anket verileri SPSS 24. programı kullanılarak analiz edilmiştir.

- Yenilikçi iş davranışları ölçegine ait güvenilirlik, 89,2 dir.
- Yönetici desteğine ait güvenilirlik, 94,3 dür.
- Çalışma arkadaşı desteğine ait güvenilirlik, 88,1dir.

7. Bulgular

Araştırmaya katılanların % 71 ini kadın katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların % 60,7 si evli bireylerdir. Araştırmaya katılanların eğitim seviyelerinin % 41,6 sini ilköğretim(ilk ve ortaokul) mezunları oluşturmaktadır. Katılımcıların kurumdaki çalışma sürelerinin %52,8 i 1-5 yıl arasıdır.

Tablo 1. Betimleyici İstatistikler

| İfadeler | N | Minimum | Maximum | Ortalama | Std. Sapma |
|-----------------------------|-----|---------|---------|----------|------------|
| 1.İş arkadaşı desteği | 214 | 1,11 | 5,00 | 3,6864 | ,91267 |
| 2.Yönetici desteği | 214 | 1,00 | 5,00 | 3,2511 | 1,10993 |
| 3.Yenilikçi iş davranışları | 214 | 1,00 | 5,20 | 3,5537 | ,90966 |
| 3a.Fikir uygulama | 214 | 1,00 | 8,00 | 3,7827 | 1,27663 |
| 3b.Fikir üretme | 214 | 1,00 | 5,00 | 3,6028 | ,96958 |
| 3c. Fikir keşfetme | 214 | 1,00 | 5,00 | 3,5304 | 1,07370 |
| 3d. Fikir savunma | 214 | 1,00 | 5,00 | 3,2500 | 1,13082 |

Araştırma kapsamında iş arkadaşı desteği, Yönetici desteği ortalamalarına bakıldığından katılımcıların algıladıkları/gördükleri destek düzeyi ortalamanın üzerindedir. Araştırma bulgularına göre yenilikçi iş davranışları ve yenilikçi iş davranışlarının alt boyutlarının ortalamaları da orta düzeyin üstünde olduğu görülmektedir. Katılımcıların yenilikçi iş davranışları boyutlarında en yüksek ortalaması fikir uygulama iken en düşük ortalamanın ise fikir savunmanın olduğu saptanmıştır.

Demografik Özelliklere Göre Araştırma değişkenlerinin Farklılıkları

Yönetici desteği ile cinsiyet değişkeni arasında($0,003 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Yönetici desteği ortalamalarında kadın katılımcıların yöneticiden gördüğü/algıladığı destek ortalaması 3,11 iken erkek katılımcıların yöneticiden gördüğü/algıladığı destek ortalaması 3,60 dır. Bu bulgular doğrultusunda erkek katılımcılar kadın katılımcılarına göre yöneticilerinden daha yüksek düzeyde desteğe sahip oldukları söylenebilir. Araştırma kapsamında iş arkadaşı desteği ile cinsiyet değişkeni arasında ($0,050 < 0,276$) anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Katılımcıların yenilikçi iş davranışları sergilemeleri ile cinsiyet değişkeni arasında($0,000 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre yenilikçi iş davranışları sergileme eğimi daha yüksek düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. İş arkadaşı

desteği ve yönetici desteği ile katılımcıların öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Araştırmmanın bir diğer değişkeni olan yenilikçi iş davranışları ve yenilikçi iş davranışlarının alt unsurları ile katılımcıların eğitim düzeyleri arasında ($0,000-0,002-0,001-0,003-0,007 < 0,050$) anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Üniversite öğrenimini tamamlamış katılımcıların yenilikçi iş davranışları ortalaması diğer gruplardan yüksektir. Kurumdaki çalışma süreleri ile katılımcıların medeni hal durumları açısından yenilikçi iş davranışları arasında da anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 2. Yenilikçi İş Davranışları İle İş Arkadaşı Değteği ve Yönetici Desteği Arasındaki İlişki

| İfadeler | | 1 | 2 | 3 |
|------------------------------|-----------------------|--------|--------|---|
| 1. Yenilikçi iş davranışları | Korelasyon kat sayısı | 1 | | |
| | Anlamlılık | | | |
| 2. Yönetici desteği | Korelasyon kat sayısı | ,437** | 1 | |
| | Anlamlılık | ,000 | | |
| 3. İş arkadaşı desteği | Korelasyon kat sayısı | ,359** | ,407** | 1 |
| | Anlamlılık | ,000 | ,000 | |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Araştırma kapsamında yapılan korelasyon analizleri sonucunda katılımcıların yenilikçi iş davranışları ile yönetici desteği ve iş arkadaşı desteği arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Yönetici desteğinin iş arkadaşı destegine oranla yenilikçi iş davranışları ile olan ilişkisi görece daha yüksektir.

Tablo 3. Yönetici Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Uygulama Üzerindeki Etkisi

| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
|-------|-------------------------|--|-----------|--------------|--------|-------------------|
| | Regression | 41,321 | 1 | 41,321 | 28,644 | ,000 ^b |
| | Kalan | 305,825 | 212 | 1,443 | | |
| | Toplam | 347,146 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,493 | ,255 | | 9,788 | ,000 |
| | Yönetici desteği | ,397 | ,074 | ,345 | 5,352 | ,000 |
| | | R ² : 119, Adjusted R Square: ,115 (b: Bağımlı değişken = Fikir uygulama a: Bağımsız değişken = Yönetici desteği) | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre göre anova tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir uygulama ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 11,5 dir(Adjusted R Square). Yönetici desteği fikir uygulama boyutunu % 11,9 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 4. Yönetici Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Üretme Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|-------------------------|---|-----------|--------------|--------|-------------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| | Regression | 26,095 | 1 | 26,095 | 31,768 | ,000 ^b |
| | Kalan | 174,143 | 212 | ,821 | | |
| | Toplam | 200,238 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,578 | ,192 | | 13,414 | ,000 |
| | Yönetici desteği | ,315 | ,056 | ,361 | 5,636 | ,000 |
| | | R ² : ,130, Adjusted R Square: ,126 (b: Bağımlı değişken = Fikir üretme a: Bağımsız değişken = Yönetici desteği) | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre anova tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir üretme ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 12,6 dir(Adjusted R Square). Yönetici desteği fikir üretme boyutunu % 13 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 5. Yönetici Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Keşfetme Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|---|--------------|-----------|--------------|--------|-------------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| | Regression | 40,434 | 1 | 40,434 | 41,790 | ,000 ^b |
| | Kalan | 205,119 | 212 | ,968 | | |
| | Toplam | 245,553 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,254 | ,209 | | 10,809 | ,000 |
| | Yönetici desteği | ,393 | ,061 | ,406 | 6,465 | ,000 |
| | R ² : ,165, Adjusted R Square: ,161 (b: Bağımlı değişken = Fikir Keşfetme a: Bağımsız değişken = Yönetici desteği) | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre anova tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir keşfetme ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 16,1 dir(Adjusted R Square). Yönetici desteği fikir keşfetme boyutunu % 16,5 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 6. Yönetici Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Savunma Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|--|--------------|-----------|--------------|--------|-------------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| | Regression | 36,414 | 1 | 36,414 | 32,716 | ,000 ^b |
| | Kalan | 235,961 | 212 | 1,113 | | |
| | Toplam | 272,375 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,039 | ,224 | | 9,115 | ,000 |
| | Yönetici desteği | ,373 | ,065 | ,366 | 5,720 | ,000 |
| | R ² : ,134, Adjusted R Square: ,130 (b: Bağımlı değişken = Fikir savunma a: Bağımsız değişken = Yönetici desteği) | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre göre anova tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir savunma ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 13,0 dır(Adjusted R Square). Yönetici desteği fikir savunma boyutunu % 13,4 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 7. İş Arkadaşı Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Uygulama Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|--|--------------|-----------|--------------|--------|-------------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| | Regression | 25,999 | 1 | 25,999 | 17,163 | ,000 ^b |
| | Kalan | 321,147 | 212 | 1,515 | | |
| | Toplam | 347,146 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,372 | ,351 | | 6,759 | ,000 |
| | İş arkadaşı desteği | ,383 | ,092 | ,274 | 4,143 | ,000 |
| | R ² : ,075, Adjusted R Square: ,071 (b: Bağımlı değişken = Fikir uygulama a: Bağımsız değişken = İş arkadaşı desteği) | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre ANOVA tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir uygulama ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 7,1 dir (Adjusted R Square). İş arkadaşı desteği fikir uygulama boyutunu % 7,5 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 8. İş Arkadaşı Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Üretme Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|----------------------|--------------|-----------|--------------|--------|-------------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| | Regression | 18,985 | 1 | 18,985 | 22,206 | ,000 ^b |
| | Kalan | 181,253 | 212 | ,855 | | |
| | Toplam | 200,238 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| | Sabit katsayı | 2,397 | ,264 | | 9,093 | ,000 |
| | İş arkadaşı desteği | ,327 | ,069 | ,308 | 4,712 | ,000 |
| R ² : ,095, Adjusted R Square: ,091 (b: Bağımlı değişken = Fikir üretme a: Bağımsız değişken = İş arkadaşı desteği) | | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre ANOVA tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir üretme ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 9,1 dir (Adjusted R Square). İş arkadaşı desteği fikir üretme boyutunu % 9,5 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo 9. İş Arkadaşı Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Keşfetme Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|---------------------|--------------|-----------|--------------|-------------------|------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| Regression | 25,204 | 1 | 25,204 | 24,249 | ,000 ^b | |
| | Kalan | 220,348 | 212 | 1,039 | | |
| | Toplam | 245,553 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| Sabit katsayı | 2,141 | ,291 | | | 7,367 | ,000 |
| | İş arkadaşı desteği | ,377 | ,077 | ,320 | 4,924 | ,000 |
| R ² : ,103, Adjusted R Square: ,098 (b: Bağımlı değişken = Fikir keşfetme a: Bağımsız değişken = İş arkadaşı desteği) | | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre göre anova tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir keşfetme ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 9,8 dir(Adjusted R Square). İş arkadaşı desteği fikir keşfetme boyutunu % 10 düzeyinde açıklamaktadır.

Tablo10. İş Arkadaşı Desteğinin Yenilikçi İş Davranışlarının Alt Boyutu Olan Fikir Savunma Üzerindeki Etkisi

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|---------------------|--------------|-----------|--------------|-------------------|------------|
| Model | | Kareler top. | df | Kareler ort. | F | Anlamlılık |
| Regression | 25,259 | 1 | 25,259 | 21,670 | ,000 ^b | |
| | Kalan | 247,116 | 212 | 1,166 | | |
| | Toplam | 272,375 | 213 | | | |
| | | B | St. Sapma | Beta | t | |
| Sabit katsayı | 1,859 | ,308 | | | 6,040 | ,000 |
| | İş arkadaşı desteği | ,377 | ,081 | ,305 | 4,655 | ,000 |
| R ² : ,093, Adjusted R Square: ,088 (b: Bağımlı değişken = Fikir keşfetme a: Bağımsız değişken = İş arkadaşı desteği) | | | | | | |

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre ANOVA tablosu incelendiğinde yönetici desteği ile yenilikçi iş davranışlarının alt boyutu olan fikir savunma ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise % 8,8 dir (Adjusted R Square). İş arkadaşı desteği fikir savunma boyutunu % 9,3 düzeyinde açıklamaktadır.

7. Sonuç ve Öneriler

Yenilikçi davranışlar sektör ayrimı yapmaksızın tüm işletmeler için ulusal ve uluslararası rekabette en belirleyici faktör olmuştur. Yeniliği takip etmenin ötesinde yenilikleri ilk ortaya çikanlar arasında fark oluşturma etkisine sahip olmaya başlamıştır. Takipçilikten öncü olmaya doğru kayan eğilimde yenilik yapmanın anahtar gücü sahip olduğunuz çalışanlarınızın bu anlamdaki yeteneği ve eğilimidir. Kişinin içindeki potansiyeli ortaya çıkarmasında belirleyici olan birçok unsur vardır. Bunlardan en önemlisi işletmenin yönetiminden sorumlu olan kişilerdir. Çalışanların yenilikçiliklerinin gelişmesi ya da tam tersine körelmesi üzerinde oldukça önemli bir etkendir. Çalışanlara yenilikçilik anlamında yetki tanıtıp onları cesaretlendiren bir yönetim ve bu desteği ek olarak bir ekip olabilmenin vereceği cesareti sağlayan çalışma arkadaşı desteği yenilikçi iş davranışlarını olumlu olarak etkileyecektir.

Yönetici desteğinin ve iş arkadaşı desteği iş görenlerin yenilikçi iş davranışlarına olan etkisini belirlemeye yönelik olarak yapılmış olan bu çalışmada, yönetici desteği ve iş arkadaşı desteği ile yenilikçi iş davranışları arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre yönetici desteğinin ve iş arkadaşı desteğinin yenilikçi iş davranışları üzerinde azımsanmayacak bir etkiye sahip olduğu da tespit edilmiştir. Yenilikçi davranış sergileme de yönetici desteğinin iş arkadaşı destekleneceğine oran ile etkisinin daha fazla olduğu görülmüştür. Resmi bir otoritenin, karar verici konumda kalan kişinin etkisi birlikte çalışılan kişilerden daha fazladır. İşletmelerde yönetim kademesinde olan kişilerin iş görenlerin yenilik eğilimini desteklemesi ve çalışanlara bunu hissettirmesi yenilikçi davranışların önünü açacaktır. Gerek bürokrasinin ortadan kaldırılması gerekse risk almanın özendirilmesi yeniliklerin önündeki hata yapma endişesini oradan kaldırıcı etki yapacaktır. Yapılan analizlere göre yenilikçi iş davranışları sergilemede erkek iş görenlerin, kadın iş görenlere göre daha yüksek eğilim gösterdikleri görülmüştür. Risk almaya cesaretlendirilme açısından toplumsal olarak erkeklerin ön planda olmasının etkisinin

bir yansıması olarak bu sonuç yorumlanabilir. Ayrıca toplumumuzda kadınlara tanınan fırsatlar erkeklerle oran ile görece daha düşüktür. Eğitim seviyesi arttıkça yenilikçi iş davranışları eğilimi de artmaktadır. Bu işletmelerde yenilikçilik anlamında üniversite mezunlarına daha fazla fırsat tanınması durumunun söz konusu olduğu dikkat çekmektedir. Yenilikçi davranışlarının resmi eğitimden bağımsız olarak bu potansiyele sahip tüm çalışanlara tanınması ve yenilikçi davranışların desteklenmesi gerekmektedir.

Yenilik yapmak ve onu sürdürmek için çalışanların o yenilikleri desteyecek davranışları sergilemesi gerekmektedir. Bu yenilikçi davranışların ortaya çıkmasında elbette birçok faktör etkili olabilmektedir. Bu çalışmada yönetici ve çalışan desteğinin yenilikçi davranışlara olan etkisi araştırılmıştır. Bu faktörlerin dışında kişilik, çalışma ortamı, görevin kendisi, insan kaynakları politikaları, işletmenin misyonu gibi birçok konu yenilikçi davranışlarla ilişkilendirilerek çalışılabilir. İleride benzer konu üzerinde çalışma yapacaklara bu faktörleri incelemeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

Akdoğan, A. ve Cingöz, A. (2006). İç girişimciliğe verilen önem düzeyi ve iç girişimciliği etkileyen örgütsel faktörlerin belirlenmesine yönelik Kayseri ilinde bir araştırma. Bişkek, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Manas Üniversitesi Yayınları, 86, 49-64.

Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 39 (1), 50-74.

Başar, M. (2013). Girişimcilik ve girişimcilik süreçleri, girişimcilik içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayınları, 2-19.

Bhanthumnavin, D. (2003). Perceived social support from supervisor and group members' psychological and situational characteristics as predictors of subordinate performance in Thai work units. Human Resource Development Quarterly, 14(1), 79-97.

Bulut, Ç. Yılmaz, C. ve Alpan, L. (2009). Pazar oryantasyonu boyutlarının firma performansına etkileri. Ege Akademik Bakış, 9 (2), 513-538.

Burt, R. S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. Massachussets: Harvard University Press.

Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket geliştirme. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3(2), 133-151.

Çekmecelioğlu, H. G. (2005). Örgüt ikliminin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6(2).

Çelik, M., Turunç, Ö., ve Bilgin, N. (2014). Lider-üye etkileşimi ve kariyer memnuniyetinin yenilikçi davranışa etkisinde etiğin düzenleyici rolüne yönelik deneysel bir araştırma. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(25), 491-508.

De Jong J.P.J. and Den Hartog, D.N. (2010): Measuring innovative work behaviouraim. 19(1), 23 – 36.

Detert, J.R., Schroeder, R.G. ve Mauriel, J.J. (2000). A framework for linking culture and improvement initiatives in organizations. Academy Of Management Review, 25 (4), 850-863.

Eleren, A. ve Soba, M. (2009). İşletmelerde çok boyutlu performans ölçümü ve Uşak deri sektöründe bir uygulama, Uluslararası Davraz Kongresi, 24-27.

Gagnon, M. A. ve Michael, J. H. (2004) Outcomes of perceived supervisor support for wood production employees. Forest Products Journal, 54, 172-177.

Giray, M. D. ve Sahin, D. N. (2012). Algılanan örgütsel, yönetici ve çalışma arkadaşları desteği ölçekleri: Geçerlik ve güvenirlilik çalışması. Türk Psikoloji Yazılıları, 15(30), 1.

İçerli, L. Yıldırım, M. H. ve Demirel, Y. (2011). KOBİ'lerde iç girişimciliğin incelenmesine yönelik bir araştırma: Aksaray örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2).

Kaplan, R.S. ve Norton, D.P. (1996). Using The balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, 74, 75-85.

Kayış, M. (2017). Etkileşimci ve dönüştürücü liderliğin iç girişimcilik davranışları üzerine etkisi(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Karabük.

Kozak, M. A. ve Yılmaz, E. G. (2010). Otel yöneticilerinin iç girişimcilik algılamaları: Frigya bölgesi örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(1).

Krackhardt, D. ve Stem, R. (1988). Informal networks and organizational crisis: An experimental simulation. Social Psychology Quarterly(51), 123-140.

Kraimer, M. L. ve Sandy J. Wayne, S. J. (2004). An examination of perceived organizational support as a multidimensional construct in the context of an expatriate assignment. Journal of Management, 30 (2), 209-234.

Marangoz, M. (2016). Girişimcilik, İstanbul: Beta Yayıncılık. No: 3066. 3. Baskı.

Naktiyok, A. (2007). Yenilik yönetimi ve örgütsel faktörler. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(2).

Özkuk, Z. (2017). Algılanan yönetici desteği ve iş yaşamında yalnızlığa yönelik öğretmen görüşleri(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Bilim Dalı, Bolu.

Polatci, S. Ardiç, K. ve Kaya, A. (2008). Akademik kurumlarda örgüt sağlığı ve örgüt sağlığını etkileyen değişkenlerin analizi. Yönetim ve ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 145-161.

Rooney, J. A. and Gottlieb, B. H. (2007). Development and initial validation of a measure of supportive and unsupportive managerial behaviors. Journal Of Vocational Behavior, 71(2), 187-213.

Şekerdil, R. (2017). İç girişimcilik eğilimlerinin sosyal inovasyon üzerine etkisi: İzmir ilinde özel banka çalışanlarına yönelik bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi).İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Şenol, B. (2013). İlköğretim okulu müdürlerinin yaratıcılık davranışları ve mizah anlayışları(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Şentürk, F. K. ve Tekin, Y. (2015). ÖrgütSEL bağlılık, örgütsel destek ve iş arkadaşı desteginin iş gören performansı üzerine etkileri: AVM çalışanları örneği. Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 7(2).

Temizkalp, G. (2010). Öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeyleri(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE, Burdur.

Yoon, J., ve Lim, J. C. (1999). Organizational support in the workplace: The case of korean hospital employees. Human Relations, 52(7), 923-945.

Yüceler, A. (2009). ÖrgütSEL bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: teorik ve uygulamalı bir çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(22), 445–456.

DENİZLİ ÇARDAK HAVAALANI KARGO TERMINALİ GEREKLİLİĞİ

Aydın SARI^{*}, Ertürk ALPTEKİN^{**} Hakan DEMİR^{***}

^{*}Department of Economics, Faculty of Economics and Business Administration, Pamukkale University, Denizli 20070, Turkey e-mail:asari@pau.edu.tr

^{**}Department of Capital Market, Çivril School of Applied Sciences, Pamukkale University, Denizli 20930, Turkey e-mail:alptekin@pau.edu.tr

^{***}Department of International Trade, Çivril Vocational High School, Pamukkale University, Denizli 20930, Turkey e-mail:hdemir@pau.edu.tr

Özet

Hava ulaşımı olan kentlerdeki ekonomik gelişimler hız kazanmaktadır. Hava alanlarının sadece yolcu taşıma amaçlı kullanımının etkinliği düşündürücü olmaktadır. Kargo taşıma terminalerinin kurulması işler hale gelmesi havaalanının etkinliğini artırmakla kalmamakta kentin ekonomisinde görünür yapısal değişimler de ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle Denizli Çardak havaalanında kargo terminalinin açılması ile birlikte hava alanı daha işlek hale gelecektir. Denizli şehir içinde ve hinterlandında dağıtıçı kargo firmaları yanında komşu illerde ihtiyaç duyulan hizmetleri yerine getirmede önemli bir görevi yerine getirecektir. Diğer bir deyişle bölge kentlerin ihtiyacını da karşılayacaktır. Hava kargonun gelişmemesi sanayileşmiş kentlerin daha ileri kalkınma düzeylerine geçmesini engellerken, bölge gelişmişliğini deyavaşlatmaktadır. Denizli ili tek başına 2016 yılında 3 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Özellikle Kablo ve Bakır Tel-Demir Dışı Metaller (817 milyon \$), Mermer-Traverten ve Madencilik Ürünleri (262 milyon \$), Hazır Giyim ve Konfeksiyon (1.379 milyon \$), Demir-Çelik (262 milyon \$), en önemli ihracat kalemlerini oluşturmaktadır. Denizli sanayi kenti olmasının yanında aynı zamanda önemli bir tarım kentidir. Ürettiği tarımsal ürünler de başta Rusya Federasyonu olmak üzere 80'e yakın ülkeye ihraç edilmektedir. Bölge illere bakıldığındá Burdur, Uşak, **Muğla ve Aydın illerinin ihracat rakamı 1.5 milyar dolara yaklaşmaktadır.** Sonuç olarak, bölgede Denizli Çardak Hava Limanı (DHMİ) hava kargo terminali açılması Ege Bölgesi ve çevre iller açısından hızlı kalkınmanın öncülüğünü yapacaktır. Hava kargo terminali

açılması Denizli ve bölge illerinin küresel pazara ulaşımını ve ihtiyaç duyulan mekanizasyonun teminini kolaylaştıracak, rekabet gücünü artıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Hava ulaşım, İthalat, İhracat, Kent Ekonomisi, Sanayi Dönüşümü, GSMH, Türkiye Ekonomisi

JEL: F14, K33, O18, R41

The necessity of Air Cargo Terminal in Denizli Airport Çardak

Abstract

Development will be faster in the city that has an airport. It is thought that the airports are used only for passenger transportation whether it is effective or not. Cargo terminals increase the effective of the airport; also, they change the structure of the urban economics. Therefore, the airport Çardak in Denizli will become busy, after cargo terminal is opened. Denizli has many cargo companies, besides, hinterlands are wider. So the airport answers what it is needed from cargo terminal. In other words it is provided the other neighbour cities' necessities. While it prevents from the development of urbans, undeveloped air cargo slows down the growth of the region. Denizli exports 3 billion \$ itself in 2016. Particularly, Cable, iron and copper wire are 817 million\$, marble-travertine and mine are 262 million\$ and the biggest exporter goods are textile and confection are 1.379 million\$. Iron and steel are 262 million\$. Denizli is not only industrial urban also agriculture urban. It has exported the agricultural goods first Russian Federation then other almost 80 countries. On the other hand, in the hinterlands there are Burdur, Uşak, Muğla and Aydın. Their export figure is 1.5 billion\$. As a result, if the airport, Çardak, has a cargo terminal, airport leads the growth of the region of Aegean. When air cargo terminal is opened, it will facilitate to reach the further market for the region and Denizli and the need of mechanisation. So the competitive power will increase.

Key words: Air Transportation, Import, Export, Urban Economics, Industry Evolution, GDP, Turkish Economy

JEL: F14, K33, O18, R41

I. Giriş

Aynı ihracat mallarını üreten ülkelerde küresel rekabeti belirleyen anahtar sektör lojistik sektörü olmaktadır. Verimliliği etkileyerek, rekabette avantaj sağlayarak, ihracatı avantajlı kıلان ulaştırma sektörüdür. Ulaştırma ağının yaygın ulaşırma maliyetlerinin düşük maliyetli olması küresel anlamda ülke rekabetçi yapmaktadır. Paketlemeden başlayan malin tüketiciye ulaşımına kadar geçen sürece odaklanan ülkeler uluslararası alanda taşımacılık işlemlerinin yapabilmektedirler.

Lojistik sektörü ile yakın temas halinde olan ihracat sektörünün bulunduğu ülkeler ihracat büyümeye oranlarını artırmaktalar ve ekonomik durgunluktan kolayca kurtulmaktadır. İhracat sektörünün aradığı hızlı ulaşım sağlayan düşük navlunlu etkin kendini geliştiren lojistik sektörüdür. Yurtiçinde olduğu gibi yurtdışında da etkin geniş ulaşım ağına, depolama hizmetlerine, sahip ülkeler üretimin dağıtılmaması pazarlanması yoluyla birbiri ile dayanışma içinde olan paralel büyümeye gösteren iki sektör birden sahip olabilir. Birisi eksik olduğunda diğer sektörün gücünün büyük bir parçası oluşamamaktadır.

Kendi ülkesinin ihracat ürünlerinin nakliyesinin yanında gelişmiş uluslararası ulaşım hizmetleri bölge ülkelerinin ihracat mallarını taşımmasına da yardımcı olmaktadır. Bölgenin kalkınmasını hızlandırmakta ve dünyanın kaynaklarını bölgeye çekerilmektedir. Denizli ihracatının nakliye modlarına bakıldığından kara ulaşım ve deniz ulaşımı görülmektedir. Hava ulaşımı ile kargo gönderilmesi henüz başlamamıştır. Gelişmiş ülkelerde nakliye sektörünün GSMH içindeki payı %8 ile %10 arasında olmaktadır. Büyümesi ise ortalama %10 olmaktadır. Dünya ekonomisinin ortalama büyümeye hızı %3-4 olmaktadır. (İzmir'de lojistik sayfa 2)

Lojistik sektörünü etkin bir şekilde kullanan sektörlerin başında tekstil sektörü gelmektedir. Tekstil sektörünün gelişmesi nakliyede faaliyet hacmini artırmaktadır. Lojistik sektörü ile birlikte çalışan bir diğer sektör makine sektörüdür. Gıda ve tıbbi malzeme özellikle havayolu ulaşımını tercih eden sektörlerdir. Özel hastanelerin yaygınlaşması tıbbi malzemelerin hareketliliğini artırmaktadır. Bu sektörler mallarının demode olmadan bozulmadan tüketiciye ulaşmasını istemektedir. Hızlı zamana karşı yarış varken diğer taraftan maliyet faktörü ile karşılaşmalar yapılarak nakliye türü seçilmektedir.

II. Literatür ve Ampirik Kanıtlar

Kentlerin büyümesi, ana ulaşım kanalları boyunca ve yıldız biçimindeki bir kentin oluşumuna en az direnç gösteren yönlerde fakat yine bir çemberin öze-

ğinden çevresine doğru uzayan dilimler biçiminde olmaktadır (Keleş 1987:83). Ulaştırma ağının ve ulaştırma hizmetlerinin artması kentleşmeyi çok hızlı bir şekilde artttığı açıklar (Toprak 1988:21).

Kent ekonomisinde kentiçi ve dışı ulaşımın yetersiz olması kentin var olan potansiyel kaynaklarını gelişmiş kentlere aktaracaktır. Genç işe yarar insan gücünü sermayesini gelişmiş kente kaptırır. Geri kalmış bölgeden gelişmiş bölgeye olan bu mal hizmet ve sermaye akımının adına ekonomik toplumsal aşınma (erozyon) da denilmektedir (Keleş 1987:87). Büyüme kutbuna doğru sermaye ve işgücü akımı olmakta ve faktör yoğunluğu artmaktadır (Kazdağı 1998:84).

Kentin gelişmesinde kamu etkisinin ve politikasının önemi büyüktür. Kamunun etkisi hem işgücü göçünü okul, park, konut yapımı ile teşvik ederken hem de alt yapı yatırımı yol yapımı ile üretimin maliyetini düşürüp firmalara cazip ortam yaratır.

Az gelişmiş ekonomiler bazen alt yapı yatırımlarının yeteri kadar yapılmamış olması nedeniyle üretken yatırımları gereği gibi artıramazlar. Yeterli alt yapı yatırımlarının bulunmaması, az gelişmiş ekonomilerde sanayileşme hızını ve bu ekonomilere yabancı sermaye akımını büyük ölçüde engeller (Savaş 1986:130).

Kentin büyümесini kentte yaşayan kişilerin gelirinin artması ve kent istihdamının büyümesi, nüfusun artması olarak tanımladığımızda, kentin yapmış olduğu ihracat ve kente yeni gelen emek gücünün kent ekonomisinde yarattığı gelir artışı, kent ekonomisinin büyümesinde büyük bir katkı yapacaktır (Sullivan 1999:141).

Kentin gelişmesinde büyümesinde kamu politikaları özellikle üretici firmaların kenti yerlesim, üretim yeri olarak seçimlerinde etkili olmaktadır. Kamunun firmalara sağladığı vergi kolaylıklarını finansman ve kredi kolaylıklarını ya da alt yapısı bitmiş özellikle ulaşım imkanları geniş fabrika arsaları sağlanması kent gelişimini büyümeyi hızlandırmaktadır (Sullivan 1999:150).

Ekonomistler ise, ulaşım olgusunun çöklük, malları marjinal faydası göreceli düşük olduğu yerlerden, artı olduğu yerlere taşıyarak yer ve zaman faydası yaratan bir süreç olarak görmüşlerdir. Gelişkin bir ulaşım sisteminin üretim ve tüketim özekleri arasındaki mal akımını hızlandırarak ve malların birim maliyetlerini düşürerek, üretken yeni eylemleri ve ekonomik gelişmeyi güdüleyici yönde etkide bulunacağını açıklamışlardır (Güven 1982:33).

Bir kentin kalkınmasında gelişmesinde ulaştırmancının yarattığı etkiler, çeşitli araştırmalar tarafından incelenmiştir. Bu araştırmalardan bir tanesi Hava ulaşımı ve Kuzey-Güney Carolina gelişimi üzerindedir. Bu çalışmaya göre; hava alanı ya-

pımı, kentleri ve bölgeyi geliştirici çok önemli etki yapmaktadır. Özellikle kentteki istihdam artışı ve nüfus artışı görülmüştür. Hava ulaşımının mal ve hizmet, emek hareketliliği ve firma emek ilişkileri arasındaki zaman kazanımı belirlenmiştir.

Havayolu ağının geliştirilmesi teşvik edilmesi kentin istihdam oranını artırmakta üretim faaliyetlerini geliştirmekte bu gelişmeler ulaşımın bir sonucu olabilmektedir. Ulaşımın kente dinamiklik yarattığı açıkları.

Diğer bir araştırmada hava ulaşım hizmeti kentteki işletmelerde yönetim departmanlarında istihdam seviyesini arttırırken, yardımcı hizmetleri, araştırma laboratuvarları ve finans hizmetleri gibi hizmetlerde ve bunların istihdamında artış görülmektedir.

Havayolu ulaşımının özellikle araştırma geliştirme faaliyetlerini ve yenilikleri geliştirecek yatırımları artırcı bilim adamlarını araştırmacıları kente toplayarak işgücü havuzunun niteliğini artırmaktadır. Kent gelişmişliğinin göstergesi meslek gruplarının dağılımı olabilmektedir (İspir :18).

Teknolojik bilgi yayılmasının tam etkili bir biçimde işlenmesine olanak tanıyan endüstriyel ortamdır. Endüstrileşmenin tipine göre (yatırım malları veya tüketim malları, olgun veya yüksek teknoloji içeren mallar vb.) uzmanlaşma ve yerelleşme dışsallıkların sağladığı ortama göre büyümeye potansiyeli gerçekleşektir (Küçüker 1998:57).

Ulusal ekonominin ve bölge ekonomisinin havayolu gelişimi ile temel yapısal değişiklikler içinde olduğu analiz edilmektedir. Havayolu yatırımları bölgesel ekonomiyi en az iki şekilde etkilemektedir.

Birincisi havayolu kendi başına bölge ekonomisine doğrudan yatırımla gelire bir enekte yapmakta, harcamaları artırmakta, yatırım kolaylıklarını sağlamakta ve bölge ekonomisine zincirleme etkide bulunmaktadır.

İkincisi hava ulaşım rota ağının, temel olarak bir bölgelerdeki ekonomik bağlantıları diğer bölgelerdeki ve ülkelerdeki mal ve iş gücü hareketleri yoluyla değiştirebilir. İyi oluşturulmuş bağlantı noktaları bölgeye karşılaştırmalı avantaj sağlar. İyi organize edilmiş havayolu beldenin yüksek teknolojili endüstri bölgesi olmasının vazgeçilmez harcidir.

Son yapılan çalışmalarda yabancı şirketlerin yönetim merkezinin havayolu ağının geliştirilen kuzey Carolina'da yerliğini ve birçok iş adamının bu bölgede yaygınlaşmayı düşündüğünü göstermiştir.

Makro yapısal bir değişim ulusal ekonomiyi değiştirebilmektedir. Özellikle hizmet sektöründeki artış ulaşım hizmetindeki talebi değiştirmekte bu bakımdan karşılaşmalı avantaj sağlamaktadır.

Çeşitli yapısal değişimler ulaşım hizmetlerinin tedarik özelliğini etkilemeyecektir. İlk olarak firmaların üretim süreçleri değişmektedir. Computer uyumlu esnek üretim sistemleri uygulanmaya başlanacaktır. Ekipman küçük yoğun üretimi farklı ürünleri geniş yelpaze ile üretebilme imkanını verecektir. İktisadi faaliyetlerin yoğunlaştığı kentlerde özellikle büyük kentlerde firmalar dışsal tasarruflar adı verilen önemli yararlar sağlar (Keleş 1968:43).

Bell ve Fitelson (1991)'e göre ekonomik coğrafyadaki öyle bir dönüşümde, dağıtım ağının önemi çok daha fazla artmıştır. Üstelik tam zamanında üretim (Just in Time) önemi artmaka iken küçük miktarlardaki ama değer açısından büyük değerli mallar hızlı ulaşım olan bölgesel ekonomileri gerektirmektedir. Bu bölgelerde hava ulaşımına gelişmiş yerler olacaktır. Geleneksel ulaşım yolları (Demiryolu, denizyolu gibi) değeri düşük büyük hacimli mal nakliyatında kullanılmaktadır.

Neo klasik bölgesel gelişime göre büyümeye için iki temel bileşen vardır. Birincisi üretim faktörü göçü ve bölgesel dağıtım tahsisat sorunu ile ilgilidir. İkincisi, teknolojik değişme ile üretim faktörleri arasındaki ilişkinin doğallığıdır (MacCann 2001:209).

Türkiye'nin son 5 yıla ait (ihracat + ithalat) taşıma modlarına göre dağılımı aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

| TAŞIMA ŞEKLİ | İHRACAT | | | | | | İTHALAT | | | | | |
|-----------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|--------|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | (Milyon ABD Doları) | | | | | | (Milyon ABD Doları) | | | | | |
| | YIL | | | | | | YIL | | | | | |
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Denizyolu | 82.931 | 86.304 | 78.037 | 78.404 | 91.316 | 44.465 | 51.951 | 139.927 | 141.381 | 124.440 | 129.184 | 148.659 |
| Payı (%) | 54,6 | 54,8 | 54,3 | 55,0 | 58,2 | 5,5 | 63,1 | 55,6 | 58,4 | 60,0 | 65,1 | 63,6 |
| Karayolu | 53.675 | 55,27 | 46.709 | 44.755 | 45.810 | 22.296 | 23.300 | 40.058 | 37.301 | 34.364 | 34.307 | 37.801 |
| Payı (%) | 35,4 | 35,1 | 32,5 | 31,4 | 29,2 | 28,8 | 28,3 | 15,9 | 15,4 | 16,6 | 17,3 | 16,2 |
| Havayolu | 12.961 | 14.103 | 17.276 | 17.745 | 16.992 | 8.823 | 6.117 | 32.603 | 24.697 | 20.003 | 22.970 | 34.286 |
| Payı (%) | 8,5 | 9,0 | 12,0 | 12,5 | 10,8 | 11,4 | 7,4 | 13,0 | 10,2 | 9,7 | 11,6 | 14,7 |
| Demiryolu | 957 | 923 | 807 | 641 | 684 | 358 | 300 | 1.773 | 1.207 | 1.170 | 1.428 | 1.178 |
| Payı (%) | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,7 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,5 |
| Diğer | 1.280 | 1.009 | 1.010 | 984 | 2.192 | 989 | 465 | 37.300 | 37.591 | 27.258 | 10.688 | 11.879 |
| Payı (%) | 0,8 | 0,5 | 0,7 | 0,7 | 1,4 | 1,3 | 0,6 | 14,8 | 15,5 | 13,2 | 5,4 | 5,1 |
| TOPLAM | 151.803 | 157.610 | 143.389 | 142.530 | 156.994 | 77.380 | 82.280 | 251.661 | 242.177 | 207.234 | 198.576 | 233.804 |
| | | | | | | | | | | | 108.322 | 122.991 |

Kaynak:<http://risk.gib.gov.tr/data/572b3a8ala7f950cd8aa22bla/y/16/Tasima%20Sekillerine%20Gore%20Dis%20Ticaret.pdf>

Tabloya göre Türkiye'nin ithalat ve ihracatında tercih ettiği en önemli taşıma yolları sırasıyla deniz, kara ve havayolu taşımacılığıdır. Tablo incelendiğinde deniz-yolu taşımacılığının 2017 yılı itibarı ile toplam içindeki payı %58 dir. Toplam dış ticaretin neredeyse 3/5 lik kısmı denizyolu taşımacılığı ile yapılmaktadır. Ayrıca yıllar itibarı ile denizyolu taşımacılığının toplam içindeki payı az da olsa artma eğilimindedir.

İkinci sırada karayolu taşımacılığı gelmekte olup, toplam içindeki payı düşme eğilimindedir. Yine 2017 yılı itibarı ile toplam içindeki payı %29.2 dir.

Havayolu taşımacılığının payı ise 2013 – 2016 yılları arasında yükselme göstermiş, ancak (geçici rakamlara göre) 2017 yılında düşme eğilimine girmiştir.

Ulaşım yatırımları ekonomik faaliyetleri belirli kütlesel yoğun ekonomiler şeklinde toplama eğilimi yaratır.

Sonuç olarak ulaşım bölge ekonomisi gelişme sürecinde pasif fakat geniş bir şekilde gelişmeyi artttirmaya yönelik rol oynamaktadır. Ulaşım sistemi bölgesel büyümeye için vazgeçilmez zorunlu bir yapıdır ama tek başına büyümeyi garanti eden bir unsur değildir (Dabbage 1999:212).

III. Denizli Kent Ekonomisi Veriler

Havaalanı kurulması bir kentte çeşitli ekonomik yararlar sağlamaktadır. Bunlar;

- Ekonomik etkinlik kazandırması,
- Mali kazanımlar, vergi gelirleri ve harcamalar
- İhracat ve ithalat ödemeler bilançosunda düzelmeler,
- İstihdam kazanımları, İstihdam artışı ve nitelikli iş sayısındaki artış
- Turizm sektörünün gelişimi ve ilgili sektörlerde gelişmeler
- Seyahat giderlerinin düşmesi böylece iş dünyasının ulaşımının kolaylaşması ve turistik gezilerin artması

| | ÇARDAK HAVAALANINA UZAKLIK | ADNAN MENDERES HAVAALANINA UZAKLIK |
|---------|----------------------------|------------------------------------|
| DENİZLİ | 40Km | 240Km |
| UŞAK | 90Km | 300Km |
| NAZİLLİ | 110Km | 100Km |
| AFYON | 170Km | 400Km |
| MUĞLA | 150Km | 160Km |
| ISPARTA | 150Km | 250Km |
| BURDUR | 120Km | 250Km |

Havaalanı lokasyonu sanayinin coğrafik dağılımını etkiler ve belli sektörlerin bir bölge veya kente oluşmasında önemli bir faktördür.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'de yolcu sayısına göre ilk 20 havalimanı yer almaktadır. Antalya Havalimanı 3. Sırada yer almaktır olup, 2017 yılı verilerine göre 2016 yılına göre yolcu taşımacılığında %38,4'lük bir artış gerçekleşmiştir.

| Sıra | Havalimanı | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Değişim |
|------|------------------------------|------------|------------|------------|------------|---------|
| 1 | İstanbul Atatürk (IST) | 56,695,166 | 61,322,729 | 60,119,215 | 63,727,448 | 6.0% |
| 2 | İstanbul Sabiha Gökçen (SAW) | 23,631,864 | 28,285,578 | 29,577,735 | 31,385,841 | 6.1% |
| 3 | Antalya (AYT) | 28,303,192 | 27,724,249 | 18,741,659 | 25,931,659 | 38.4% |
| 4 | Ankara Esenboğa (ESB) | 11,035,606 | 12,326,869 | 13,042,977 | 15,845,878 | 21.5% |
| 5 | İzmir Adnan Menderes (ADB) | 10,970,663 | 12,139,788 | 11,951,183 | 12,823,701 | 7.3% |
| 6 | Adana (ADA) | 4,687,494 | 5,369,260 | 5,594,630 | 5,611,000 | 0.3% |
| 7 | Trabzon (TZX) | 2,777,536 | 3,361,450 | 3,727,293 | 4,153,532 | 11.4% |
| 8 | Dalaman (DLM) | 4,309,480 | 4,377,101 | 3,085,369 | 3,710,933 | 20.3% |
| 9 | Milas-Bodrum (BJV) | 3,846,547 | 3,877,603 | 3,224,436 | 3,509,347 | 8.8% |
| 10 | Gaziantep (GZT) | 2,082,821 | 2,480,979 | 2,685,192 | 2,922,421 | 8.8% |
| 11 | Kayseri (ASR) | 1,725,846 | 1,980,247 | 1,986,146 | 2,147,696 | 8.1% |
| 12 | Diyarbakır (DIY) | 1,812,208 | 2,071,089 | 1,923,692 | 2,055,047 | 6.8% |
| 13 | Van Ferit Melen (VAN) | 1,207,145 | 1,394,328 | 1,496,370 | 1,664,929 | 11.3% |
| 14 | Erzurum (ERZ) | 976,336 | 1,085,117 | 1,227,407 | 1,376,915 | 12.2% |
| 15 | Hatay (HTY) | 1,113,929 | 1,171,484 | 1,196,369 | 1,280,164 | 7.0% |
| 16 | Konya (KYA) | 989,398 | 1,067,753 | 1,089,360 | 1,205,706 | 10.7% |
| 17 | Ordu-Giresun (OGU) | | 196,385 | 781,121 | 1,193,125 | 52.7% |
| 18 | Samsun Çarşamba (SZF) | 1,522,058 | 1,716,993 | 1,792,438 | 1,152,153 | -35.7% |
| 19 | Elazığ (EZS) | 895,202 | 955,988 | 1,021,703 | 1,027,070 | 0.5% |
| 20 | Malatya (MLX) | 647,953 | 767,701 | 789,726 | 887,467 | 12.4% |

Kaynak:<https://www.havayolu101.com/2016/03/24/turkiyenin-en-buyuk-ilk-20-havalimani/>

Denizli üretime çok önceleri başlamıştır. Bu yatırımı hak etmektedir. Birçok zorluk çekmiştir cefasını çekmiştir. İktidardır milletvekili sayısı 5 dir: (27 Haziran 2018 seçimlerinde 4). Bu nedenle hava kargo terminali açılmalıdır. Bölge kapasitesi Uşak ile Burdur ile Isparta ile Muğla ile büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Mallar bazında bölgenin ihracatı hava yolu ile değerlendirilir. Malların hızlı ulaşımı Denizli kargo terminalinin açılması ile artacaktır. Hacmi artacaktır. E ticaret vb alternatifler olacaktır. Havayolu ihracatında malların İzmir'e taşınması buradan

uçağa yüklenmesi Denizli için iki maliyet ortaya çıkarmaktadır. İhracat sevkiyatını azaltmaktadır. Denizli çardak havaalanı kargo terminali açılması sonucunda yolcu uçağında kargo taşımacılığının yanında kargo uçaklarının da havaalanına gelmesi kargo uçağı ile taşınacak mal miktarının artıracak aynı zamanda kargo şirketlerinin antrepo ve depo işletmeciliğini de getirecektir. Hava Kargo taşımacılarının ilgi odağı olacaktır.

Hava Terminali Bulunan Bazı İllerin İthalat İhracat Rakamları

| İller | İhracat (Bin ABD Doları) | | | İthalat | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Antalya | 961.270 | 997.112 | 1.240467 | 976.463 | 1.124.060 | 1.119.131 |
| Diyarbakır | 186.820 | 158.300 | 206.138 | 59.709 | 77.458 | 89.417 |
| Denizli | 2.516 246 | 2.403.335 | 2.676.713 | 1.902.001 | 1.666.338 | 2.009.348 |
| İzmir | 8.108.513 | 8.330.122 | 9.253.139 | 8.695.609 | 8.811.052 | 9.851.452 |
| G.Antep | 6.330.321 | 6.418.991 | 6.607.139 | 4.884.123 | 4.816.682 | 5.237.630 |
| Muğla | 142.105 | 192.768 | 275.579 | 382.696 | 415.397 | 448.290 |
| Türkiye Toplamı | 143.838.871 | 142.52.584 | 156.994.294 | 207.234.359 | 198.618.235 | 233.803.864 |

Kaynak: TUİK, 2018

Denizli'nin ihracat rakamlarına baktığımızda hava terminali bulunan bazı illere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin Antalya'nın ihracatı 961.000.000 ABD Doları; Diyarbakır'ın ihracatı 186.000.000 ABD Doları iken Denizli'nin ihracatı 2.516.246.000 ABD Dolarıdır.

Yine Denizli'de Cargo terminalı olması durumunda buradan faydalananabilecek çevre illeri de dikkate alırsak potansiyelin çok daha yüksek olduğu görülmektedir.

Denizli ve Çevre İllerin İhracat ve İthalat Rakamları

| İller | İhracat (Bin ABD Doları) | | | İthalat | | |
|----------------|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Denizli | 2.516 246 | 2.403.335 | 2.676.713 | 1.902.001 | 1.666.338 | 2.009.348 |
| Afyonkarahisar | 54.508 | 121.148 | 121.490 | 301.839 | 296.187 | 318.453 |
| Burdur | 33.313 | 46.508 | 55.614 | 201.631 | 178.941 | 197.312 |
| Isparta | 47.292 | 94.974 | 103.727 | 127.397 | 151.733 | 191.125 |
| Uşak | 200.308 | 199.426 | 250.273 | 224.668 | 249.903 | 249.605 |
| Toplam | 2.851.667 | 2.865.391 | 3.207.817 | 2.757.536 | 2.543.102 | 2.965.843 |

Kaynak: TUİK, 2018

Denizli İli çevresinde bulunan Afyonkarahisar, Burdur, Isparta ve Uşak illerinin 2017 yılı itibarı ile toplam ihracatı 3.207.817.000 ABD Doları, aynı yıl için toplam ithalatı ise 2.965.843.000 ABD Dolarıdır. Söz konusu illerin dış ticaret hacmi 6 milyar doların üzerindedir.

IV. Sonuç

Havayolu nakliyatı günümüzde hızla gelişen ulaşım yoludur. İnsan ulaşımının yanında mal nakliyatı miktarı da hızla artmaktadır.

Yapılan son çalışmalarda havayolu ulaşımın gelişimi kent ekonomisi için vazgeçilmez fırsatlar yaratmaktadır. Havayolu hızlı ve zaman kazandırıcı bir ulaşım şekli olduğu için, havayolu bağıntılı kentlere diğer kentlerden yöneticiler, uzmanlar, araştırmacıların gelip gitmeleri kolaylaşmıştır.

Kent ekonomisi açısından yeni yöneticilerin gelmesi firmaların ve kent ekonomisinin gelişimi büyümeye bakımından önemlidir. Gelişmiş bir ulaşım sistemiyle, kent ekonomisi ulusal ve uluslararası işgücü piyasasından çok değişik kariyer gruplarından istihdam fırsatı yakalayabilir. İstihdam, kentin bilgi birikimini artırıp, yeni yönetim teknikleri ve gelişimleri sağlayabilir.

Bir ürünün üreticiden tüketiciye ulaştırılmasına kadar olan tüm süreçleri ifade eden lojistik makro düzeyde ülkenin, mikro düzeyde ise bölge ya da ilin rekabet gücünü etkileyen anahtar bir sektördür. Ulaştırma ağının gelişimi ürün ve hizmetlerin tüketiciye ulaşım süresini kısalttığı gibi verimliliği artırarak; maliyetleri düşürerek özellikle uluslararası rekabet avantajı sağlamaktadır. Lojistik üzerine yoğunlaşan ülkeler kendi ülkelерinin üretikleri mallar açısından rekabet

gücü kazandığı gibi aynı zamanda uluslararası alanda taşımacılık işlemlerini de yapabilmektedirler.

Uluslararası rekabet gücü açısından anahtar sektör olan lojistik sektörü aynı zamanda ülke, bölge ya da ilin ekonomik gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Lojistik sektörünün gelişimi ile söz konusu bölge ya da ilde etkin ulaşım ağı ortaya çıkmakta, kentleşme hızlanmakta; depolama hizmetlerinin, pazarlama ağının gelişmesi; turizm gelirlerinin, istihdamın ve katma değerin artması gibi etkiler ile ekonomik kalkınmayı da tetiklemektedir. Lojistik hizmetlerinin gelişmesi ile ilgili bölge ya da ilin ekonomik potansiyeli etkin olarak değerlendirilebilmektedir.

Lojistik sektörü içinde özellikle havayolu taşımacılığının ayrı bir önemi vardır. Yapılan akademik çalışmalarda Ulusal ve bölgesel ekonominin havayolu yatırımları ile yapısal değişiklik arasında pozitif yönlü ilişki olduğu analiz edilmektedir. Havayolu taşımacılığı bölge ekonomilerine etkilerini kabaca iki maddede özetleyebiliriz: Öncelikle bölge ekonomisine doğrudan yatırım yoluyla gelir enjekte edilmekte, böylece harcamalar artmakta ve yatırım kolaylıklarını ortaya çıkarmaktadır. İkinci olarak hava ulaşım ağı, ilgili bölgenin diğer bölge ve ülkelerle bağlantısını kurarak mal ve iş gücü hareketlerini geliştirmekte ve bölgeye ekonomik dinamizm sağlamaktadır.

Özellikle Tam Zamanında Üretimin öneminin artması, hizmet sektörünün gelişmesi ve miktar olarak küçük ama değer olarak büyük malların taşınması geleneksel ulaşım yolları (Demiryolu, denizyolu)nın yetersiz kalmasına neden olmakta; havayolu ulaşımının önemini gün geçikçe artırmaktadır.

Ekonomiye olumlu etkileri nedeniyle özellikle potansiyeli yüksek illerde hava kargo taşımacılığı yatırımlarının öncelikli olarak yapılması gerekmektedir. Hava kargo taşımacılığı ihtiyacı açısından Denizli İlinin hâlihazırda üretimi, ülke ekonomisine katkısı ve ekonomik potansiyeli açısından havayolu kargo投資ını öncelikli olarak hak eden illerimizin başında gelmektedir.

Denizli sanayi üretimine birçok ilimize göre daha önceden başlamış bir ilimizdir. Özellikle tekstil üretiminde ve ihracat miktarı açısından önemli bir konumdadır. Denizli tekstil üretimi ve ihracatının yanında aynı zamanda Kablo ve Bakır Tel-Demir Dışı Metaller, Mermi-Traverten ve Madencilik Ürünleri, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Demir-Celik ürünleri de ihraç eden bir ilimizdir. Ayrıca Denizli sadece sanayi kenti değil önemli bir tarım kentidir. Denizli sanayi kenti olmasının yanında aynı zamanda önemli bir tarım kentidir. Ürettiği tarımsal ürünler 80'e yakın ülkeye ihraç edilmektedir.

Denizli İline hava kargo terminali açılması durumunda bu terminalden faydalananabilecek çevre illeri de (Afyonkarahisar, Burdur, Uşak, Muğla ve Aydın) dikkate aldığımızda bölgenin toplam ihracatı yaklaşık 5 milyar dolar olmaktadır.

Sonuç olarak; Denizli Çardak Hava Limanı (DHMİ) hava kargo terminali açılması ege bölgesi ve çevre illerin küresel pazara ulaşımın kolaylaştıracak, ekonomik gelişmeyi ve uluslararası rekabet gücünü artıracaktır.

KAYNAKLAR

Arthur O' Sullivan, **Urban Economics**, McGraw-Hill, 1999

Celal Küçüker, Kentsel Büyüme Dinamikleri, **Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Denizli Örneği**, Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara, 1998

Eyüp G. İsbir, Şehirleşme ve Meseleleri, Ocak Yayınları, Ankara

Fehmi Yavuz, Ruşen Keleş, Cevat Geray, Şehircilik Sorunlar-Uygulama ve Politika, AÜ. SBF Yay. No:415, Ankara 1978

Fevzi Altuğ, **Kent Ekonomisinin İlkeleri**, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yay. No:34, Bursa, 1989

H.Sami Güven, **Türkiye'de Ulaşım Sistemi ve Karayolu Ulaştırma Kooperatifleri**, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara, 1982

Hasan Kazdağı, Yeni Bölgesel Gelişme Yaklaşımları Doğrultusunda Denizli Ekonomisi, **Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Denizli Örneği**, Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara, 1998

Jean-Louis Hout, Jean-Poul Thalmann, Dominique Valbelle, **Kentlerin Doğuşu**, Çev.Ali Bektaş Girgin, İmge Kitabevi, Ankara, Ağustos 2000

K. Boratav, Ç. Keyder, Ş. Pamuk, **Kriz, Gelir Dağılımı ve Türkiye'nin Alternatif Sorunu**, Kaynak Yay. İstanbul, Şubat 1987

Keit G.Debbage.Air Transportation and Urban-Economic Restructuring:Competitive Advantage in the US Carolinas **Journal of Air Transport Management**, Mayıs 1999

Mehmet Ocaklı, Türkiye'de ve Birinci Metropoliten Şehir İstanbul'da Orta-Büyük Ölçek-teki İmalat Sanayinin Gelişim Çizgisi ve Bileşimindeki Değişimler, **Türkiye'de 15. Dünya Şehircilik Günü 3. Türkiye Şehircilik Kongresi**, 6-7-8 Kasım 1991, İzmir

Philip McCann, **Urban and Regional Economics**, Oxford Press, 2001

Rene Sedillot, **Dünya Ticaret Tarihi**, Çev.Esat Nermi Erender, Cep Kitapları A.Ş.,İstanbul, 1983

Ruşen Keleş, **Kentleşme Politikası**, İmge Kitabevi, Ankara 1997

Ruşen Keleş, Şehirleşme Hareketlerine Dair, Büyük Belediyelerde Şehirleşme Sorunları Konferansı, Türk Belediyecilik Derneği Yay. No:19, 25-26 Mart 1968, Ankara

Şiir Yılmaz, Dünya Ekonomisi ve Türkiye: Globalleşme, Liberalizasyon ve Kriz, **Yerel Ekonomilerin Sürdürülebilir Kalkınması ve Çanakkale Örneği**, Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara, 2002

Vural Şavaş, **Kalkınma Ekonomisi**, Beta, İstanbul, 1986

Yaşar Bahri Ergen, Şehircilik, Yüksek Teknik Öğretmen Okulu Yayın No:46, Ankara, 1983

Zerrin Toprak, **Kent Yönetimi ve Politikası**, ABAM, Şubat 1988, İzmir

Zeyyat Sabuncuoğlu, Tuncer Tokal, İşletme I-II, Örnek Kitabevi, Bursa 1987

Photography as a key element in tracking message to targeted customer groups

Prof.Ass.Dr. Shaip Bytyçi

AABCollege, Prishtine, Kosove

E – mail: shaip.butyqi@universitetiaab.com

Ermira Bytyçi

University of Prishtina, Kosove

Photography is an integral part of our daily life. Every day, among other things, we pass on numerous commercials that contain proper visualizations as part of different objectives. In marketing practice this requires the right design options. When it comes to the question of how information aspects of an advertisement are transmitted, for an understandable and memorable message, the image - text combination has proven the essential effects. Psychological studies support this finding, particularly the cognitive theory of multi-media information. However, the relevant external circumstances need to be carefully studied before designing media advertisements. Overloading the information and increasing the interchangeability of products and content from the saturated markets have a greater meaning. Therefore, successful contact by activating measures often appears more important than informational content.

Keywords: marketing, photography, advertising, message.

Issues and Problems Guide

Photography accompany us everyday. They convey an impression of their visual diversity and characterize the sides of our social reality. Hence their importance makes them pro-verbal objects and labels. From communications sciences point of view, arises the question, to which sense of the photographs comes within the general interest of research. The rules are taken more specifically from the aspects of contact setting, namely: secure recording of the message of communication, following the emotions, reaching the meaning “as well as imprinting on memory” (Homburg & Krohmer, 2009, pg. 766). The last two points, reaching comprehen-

sion and embedded memory, are at the main aim of this paper. In this context, meaning refers to mental processing and interpretation of information, as intended by the enterprise. (Homburg & Krohmer, 2009, fq 772).

The main issue of this study can be formulated as follows: What recommendations can be derived from the success of the picture shown on the table / billboard, from the relevant “understanding” and “embedded memory” variables with the use of static images in the field of marketing.

Parallelly, by neuromarketing, the dominance of visual communication determines that images or pictures due to speed and mental comfort allow for the most successful recording of information. They act by increasing the pressure on filtering information and recording, and at the same time providing more information than text (Kroeber-Riehl & Esch, 2011, pg 24).

To highlight the relationship between selected images and variables, this research is based on the marketing field. In the case of a successful contact, the limited space on the recipient's attention presents a further challenge. The shortest time to observe the communication messages for viewing ads in magazines is on average between 1.5 and 2.5 seconds. “ (Homburg & Krohmer 2009, pg.770).

Photos are considered a facilitator for messaging. In addition, images as opposed to textbooks can be seen first and thus can be perceived as a gateway to display advertising sympathy. So if key data is integrated especially in image design, this increases the probability of an early start to receiving essential information and favors the further processing of the advertising message. (Kroeber-Riel & Esch, 2011, pg.288-290).

Concrete measures for the clear integration of important information and its implantation into memory, in images arise mainly from the use of indirect image transformations. Within the ad, particular analogical images are being mapped, through which recipients are approached by useful comparisons of the similarities between a model and a situation (Kroeber-Riel & Esch, 2011, pg.295). Kroeber-Riehl and Esch reveal that the physical proximity of the images can create meaningful correlations and thus the use of the product or service can be clearly and comprehensively transported.

Visual introductions focusing on specific explanations of product or service usage can be found among others in the field of health care marketing, especially when it comes to health, in the first plan come the use, functionality and side effect to consumers, versus emotional and expressive arguments. (Schmid & Blau, 2009,

fq.34). Depending on the field in shaping the message, an important role plays and the schematic presentation of the recipient. Capturing this schematic with the design of media advertisements promotes the same understanding and anchoring in remembrance. In wedding advertising, in addition to the appropriate dress, the bouquet of married flowers is attributes that support such effects. (Homburg & Krohmer, 2009, pg.773-774).

However, the images in the advertising, have obvious advantages. They with their visual information awaken the recipient's expectations, especially with the full message of the ads, but only do not provide sufficient understanding.(Kroeber-Riel & Esch, 2011, pg.290).

To streamline the reception of consumers to advertisers fact or rather the main core, can be used multiple sources recommendation on the image-text combinations. The overall significance of this combination is based on the study of an American psychologist John Ridley Stroop: here the color points were combined with words, which represented different colorsA conflict of mental processing and thus a touch of variable understanding can determine such combinations where color and words are incompatible (For example, in red color written with black letters "(Kroeber-Riel & Esch, 2011, pg.288-290).

Krober-Riel and Esch refer to the immediate linguistic definition of image content and also speak in this context about the central importance of labeling (Krober-Riel&Esch,2011, fq.305) and add that understanding image as well as memory (memo anchor) promote the right messages. Empirical studies also provide supporting arguments. Edell and Staelin face their study, in the process of image-processing in printed ads, initially a basic assumption in line with existing scientific knowledge. Photographs are generally more accessible to the process of thinking than verbal texts."(Edell & Staelin, 1983, pg.46).

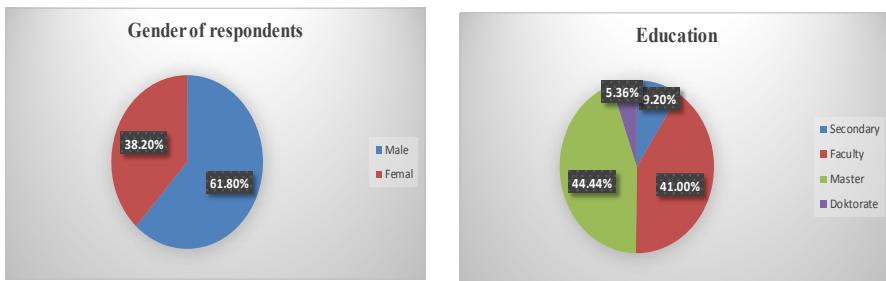
Later, in the textual image combination studies, hypotheses were put forward that were at the core of the following assumptions (The term "inappropriate file or image" refers to images that are not related to the verbal accompanying message; "framed photos" represent a harmony between photography and text).The non-customized picture hampers in comparison to the framed photographer the memory to identify the information.

Improper photography hampers in comparison with the framed photographer, in the essential understanding of advertising. The following test results yielded clear

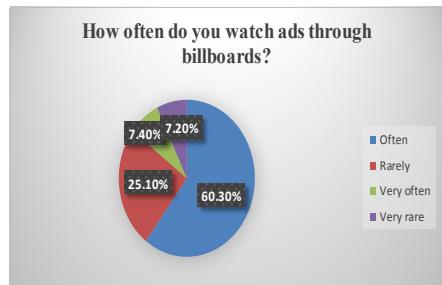
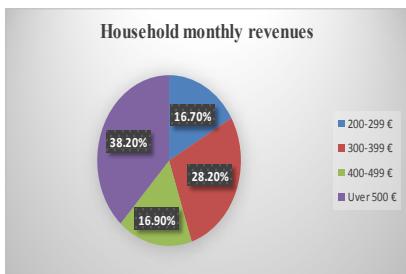
results: The customized image segment has been found to be significantly easier to understand than the unmade image segment. (Edell & Staelin, 1983, pg.53).

Methodology used

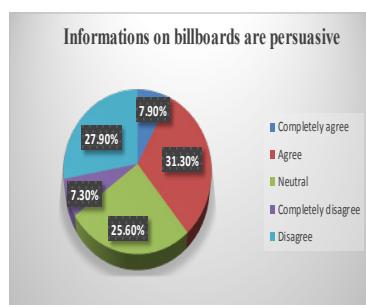
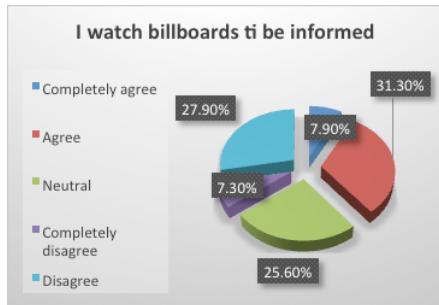
As a basis for this research is the collection of data through the direct method of interviewing with the respondents who apply or will begin to apply the photographer as a key element in message transmission to target groups of consumers from Kosova enterprises. We also consulted relevant literature in the similar field. The beginning of this research has undergone a discussion with relevant field experts prior to the drafting phase of the questionnaire. The survey was conducted in the period January to April 2018. We surveyed 390 respondents by questionnaire that had 17 questions regarding the impact of photos through messaging. The method of processing and presenting the data has been done by collecting the results that have been processed through the Excel program (first and second mode) and the third way, the crossed tables, through the Statistical Package for Social Science SPSS.



From the above graphs, presented by the 390 respondents, 61.80% of respondents have been male and 38.20% female. While from education of respondents, 9.20% have been with secondary qualification, 41.00% with faculty, 44.44% of respondents were with master degree and 5.36% have doctoral degrees.

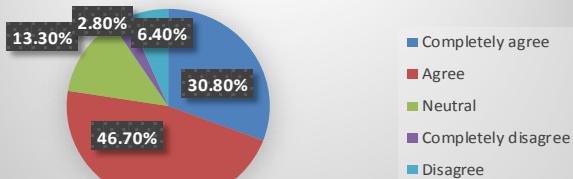


In the above graphs we present the data generated by the questionnaire regarding the monthly average of the respondents as well as how many respondents view the advertisements through billboards or tables.

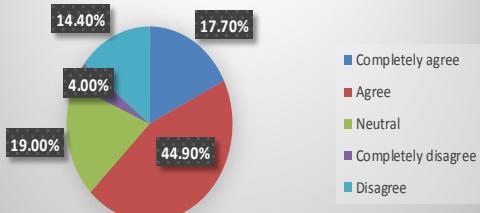


From the data obtained through the questionnaire, from respondents how much the information presented in the convincingly responsive billboards / billboards in consumer decision-making and from the question of how the location of the tables affect the customer's decision-making, the answers per% earned, are presented in the two graphs above.

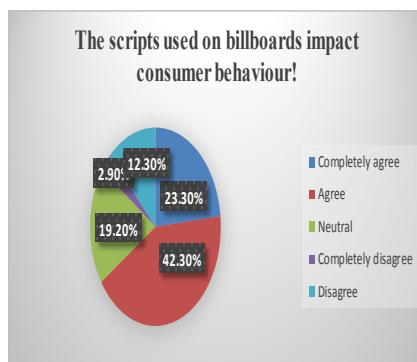
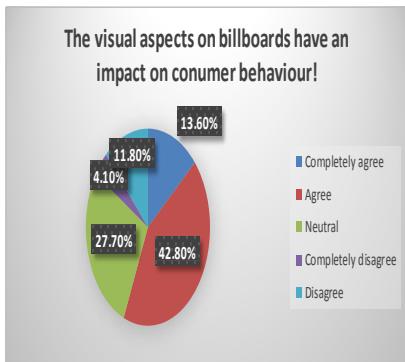
The price on billboards has an impact on consumer decision making!



Images and figures used on billboards have an impacts on consumer behavior!



Price, images and photographer are the next three questions that are presented to the respondents. Given that in most cases, the consumer, before rescinding a purchase, is concerned with the amount of money he has to pay in return for a product, namely a good material or product, as well as experience, we have encountered that the images of a firm, the product and the accompanying photographers have an influence on the decision-making in case of purchase, in the graphs above we have presented the data collected from the survey with the consumers expressed in%.



In the graphs above, data are presented from the visual aspects of the impact on consumer behavior as well as those from the scenes used in the tables that affect the behavior of the consumer.

Recommendations

If we take a look back on the initial problem, the question now arises as to how the findings mentioned above can be used for commercially-oriented advertising recommendations based on the aspect of understanding and anchoring memory. In the relevant field of research, the interaction between image and text was emphasized. If the findings from the marketing literature and the applied questionnaire agree with each other, then we can start with the following recommendations:

- Overloaded Information has made it difficult for the recipient to get a lot of information.
- The short space of attention about advertising and the short time of their stay in sensory memory are structural barriers to large amounts of information.
- If the advertisement presents some related functions, then a “cause-effect” chain should be seen in the appropriate format. If there is a temporary order, a chronological order must be reached. Otherwise, the ordering process in human memory may be unsuccessful. Mund të shihet se reklama billboard ka aftësinë për të ndikuar konsumatorët në vendimarrjen e tyre të blerjes

- Firms should strategically place posters along highways, busy streets and high traffic areas where they can easily be seen by pedestrians and / or potential clients; Firmat duhet të vënë më shumë theks në atributet e produkteve në reklamat e tyre billboard, me fjalë të tjera, reklamat billboard duhet të ofrojnë lehtësisht informacion mbi përfitimet e produkteve të reklamuara;
- Imaging, digit and clear words should be used for writing and writing tables
- Firms should consider setting up tables in strategic locations to create more awareness of their products and services
- In advertising on the Billboard, the importance of gender differences should be paid attention;
- More women pay attention to advertising related to clothing and cosmetics;
- Men notice more ads related to cars.

Bibliography

Baddeley, A.D. (2002). Is Working Memory Still Working? European Psychologist.

Bruhn, M. (2010). Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen (6.Aufl.). München: Vahlen.

Cook, L. K. & Mayer, R.E. (1988). Teaching Readers About the Structure of Scientific Text. *Journal of Educational Psychology*.

Edell, J.A. & Staelin, R. (1983). The Information Processing of Pictures in Print Advertising. *Journal of Consumer Research*.

Held, D. & Scheier, C. (2013). Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse des Neuromarketing (2.Aufl.). Freiburg: Haufe.

Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). Marketingmanagement (3.Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Kroeber-Riel, W. & Esch, F.-R. (2011). Strategien und Techniken der Werbung: Verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (7.Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Levie, W.H. & Lentz, R. (1982). Effects of Text Illustrations: A Review of Research. *Educational Communication & Technology Journal*.

Mayer, R.E. & Anderson R.B. (1992). The Instructive Animation: Helping Students Build Connections Between Words and Pictures in Multimedia Learning. *Journal of Educational Psychology*.

Mayer, R.E. (2005). Introduction to Multimedia Learning. In R.E. Mayer (Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Multi-media Learning*, New York, NY: Cambridge University Press.

Mayer, R.E. (2005). Cognitive Theory of Multimedia Learning. In R.E. Mayer (Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*, New York, NY: Cambridge University Press.

Schmid, S. & Blau, P. (2009). Gute Visualisierungen statt vieler Worte. In P. Strahlendorf (Hrsg.), *Jahrbuch Health-care Marketing 2009*, Hamburg: New Business.

Schnotz, W. (2005). An Integrated Model of Text and Picture Comprehension. In R.E. Mayer (Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*, New York, NY: Cambridge University Press

The Relationship Between Brexit And Turkey: How Brexit Will Affect Turkey's International Trade

Gerardo Cárdenas Blanco

University: University of Sakarya

Faculty: Institute of social sciences

Department: International trade

Program: Masters in international trade

Email: gecar27@hotmail.com

Abstract

Undoubtedly, Brexit has had a tremendous impact on both the European Union's structure as well as on the United Kingdom's economy. While the United Kingdom's political authorities claim the separation will bring an outstanding economic boost, the European Union's representatives maintain the widely acknowledged saying "two heads are better than one" and cannot imagine the European Union (EU) without the United Kingdom (UK). The EU was reluctant to accept in a positive way the UK's leaving from their Union, not only due to all changes the separation would forge but because it would negatively affect the overall economy. With UK's leaving, brand-new trade partners and economic links should be developed with different countries in order to neutralize the possible commercial pitfall Brexit is likely to cause.

However, the latter two are not the only implicated agents within the intricate separation process. Countries like Turkey are directly related to the EU as well as with the UK due to it has had an economic and political exchange with both, therefore, is likely to be considered as a possible replacement in a wide range of sectors when Brexit finally takes place, being international trade one of the fundamental pillars.

The main aim of this study is to forecast how the Turkey's overall economy and international trade are likely to look like when the UK permanently separates from the EU. By extensively reviewing secondary information sources, a qualitative research will deeply explain readers and the scientific community how Turkey's international trade will benefit from the UK's. Moreover, an analysis regarding where a commercial development is expected to be witnessed and where Turkey

should focus its attention if it truly desires to get the best out of the dissolution measure will be presented.

Keywords: Brexit, the European Union, the United Kingdom, Turkey's international trade.

JEL CODES: F10, F13, F15,

INTRODUCTION

Since the triumph of Brexit in the United Kingdom, several questions have arisen within the EU and across the entire world. Some of the main questions have been clarified in these two years that have passed since the referendum, however, how trade relations between the United Kingdom, the EU and other countries will look, remains a question that many continue to bear in mind.

Undoubtedly, the exit of the UK (The United Kingdom hereafter) from the EU (The European Union hereafter) will surely bring numerous commercial consequences for the prior as well as for the latter, as the UK exports more than 50 % to the EU. Moreover, this breakdown can present numerous opportunities for countries not participating in the EU as the UK is looking for new alternatives to create and expand its commercial network. This is when the figure of Turkey comes into the picture, the latter currently participating from a customs union with the EU, is not fully satisfied and analyzes the likelihood of opening up to new commercial partnerships.

This research will shed light on multiple aspects: Firstly, an explanation of the current status of the breakup between the UK and EU will be displayed, secondly, the UK-EU commercial relationship and possible consequences of the separation will be analyzed. Thirdly, various alternatives under which the UK is likely to integrate with the EU after the separation are broken down, fourthly, how the existent and future relationship between the EU and Turkey is likely to change, and lastly, a profound analysis of how the existent commercial relationship between the EU and Turkey will be affected as a consequence of the imminent exit of the UK from the EU.

BREXIT'S CURRENT STATUS

The Brexit is a generic term that refers to the UK departing from the EU after more than 42 years of social, economic and political cooperation. This decision

was the result of a referendum held on June 2016, however, as many would have expected (having into account the magnitude of such a decision), the final decision was not an unanimous one, that is to say, a fragmentation in the voting pattern is crystal clear, therefore a closer look to better understand the parties involved is mandatory (Hobolt, 2016).

To better understand the separation, a breakdown of the different voter groups is presented as it follows: The British nationalist parties, with the support of the industrial, port and manufacturing sectors, especially of the interior, were in favor of the “Brexit”, while the university middle class, the professional, entrepreneurial and financial sector located mainly in large cities such as London, were in favor of the “Bremain” (Dupuy & Morgante, 2016). If we take as a reference the location as a reference to explain the Brexit decision, England and Wales supported the Brexit, on the contrary, Scotland and Northern Ireland both backed staying in the EU (Goodwin & Health, 2016).

The first months after the triumph of Brexit presented a challenge, particularly due to only a departing clause was found. The only prosecutable clause to be taken into account was the Article 50 of the Treaty of Lisbon, however, as no antecedent had taken place, this clause did not provide a factually correct path to resolve this separation conflict. Despite this, and having into account this was the only viable separation clause, Prime Minister Theresa May insisted on the activation of Article 50 of the Treaty of Lisbon, which allowed the UK to begin formal negotiations to withdraw from the EU’s structure (Hillon, 2016).

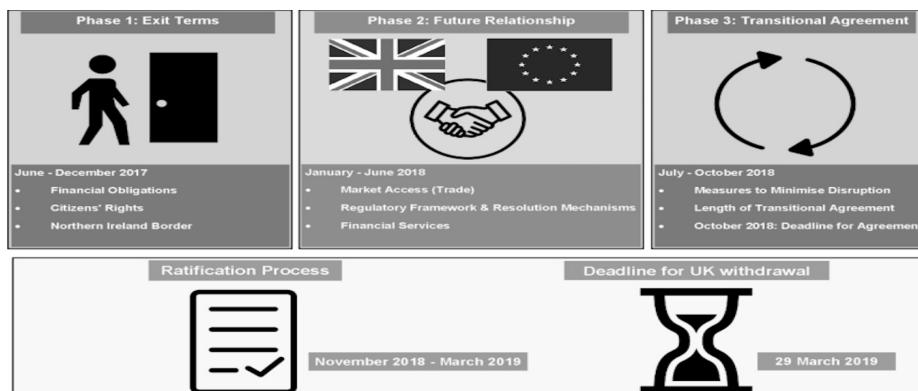
After having applied the article 50 of the treaty of Lisbon, two very remarkable improvements have been agreed on during the ongoing negotiation rounds: On the one hand, on March 19th 2017, the EU and the UK reached an arrangement regarding the transitional period. After the definitive separation of the UK in March 2019, a transitional period, during which new commercial agreements between the UK and individual countries in the EU will be conducted, would be held between March 30th 2019 and December 31st 2021. The latter would keep on granting the UK access to the single market and the customs union, but not the right to participate in decision-making.

Likewise, other three issues the UK and the EU have agreed on so far: Firstly, the quantity of money to be given by the UK to the EU, secondly, the consequences on the Northern Ireland frontier, and lastly, the path to be followed regarding European citizens living in the UK and vice versa (BBC, 2016). These arrange-

ments have immensely facilitated the negotiations and made the separation process simpler for both parties (Holmes, Rollo & Winters, 2016).

To sum up, The UK, having agreed on four key aspects with the EU, is still going through a stage when factors such as commercial relationships, free movement of people, sociopolitical matters, import and export tariffs, new commercial partners are being under study. Even though there is a transition period right after the UK officially departs from the EU, it seems this negotiating process has started from the moment the poll results were announced. Graphic 1 better relates the contrasting steps until the moment the UK officially leaves the EU:

Figure 1: Graph of the phases the UK should go through before leaving the EU.



Source:https://www.oireachtas.ie/parliament/media/housesoftheoireachtas/libraryresearch/lrsnotes/Brexit_Negotiations_-_Future_Relationship_Final_134504.pdf

THE UK-EU COMMERCIAL RELATIONSHIP

To begin with, some clarifications to completely understand the existent commercial relationship between the UK and EU will be provided:

- The UK is a vital part of the EU; however, it does not belong to the Euro-zone (comprised by 19 members). The Maastricht treaty (1992) proposed a common currency to be used across members' territory, nevertheless, some participant countries did not join and keep on using their own currency.

- The UK is part of the single market, this membership allows UK's goods, services, capital to freely move within the EU.

Undoubtedly, the bond between the UK and EU is undeniably noteworthy when it comes to discussing international trade. The EU is the UK's largest trading partner, in 2016 the UK exported 47 % of its goods to the EU (being followed by The United States 15 %), this includes agricultural products, manufactures, and fuels & mining products. In addition, it exported 37 % of its commercial services to the same commercial partner (EU) with transport, travel, goods-related services, and other commercial services being of paramount importance (World Trade Organization, 2016). Summarizing, one could easily say more than 43% of UK exports in goods and services, regardless their denomination, were exported to member countries within the EU, that is to say, €236 billion out of €550 billion total exports.

Likewise, taking imports as a reference, 52% of its goods and 49.5 % of its commercial services were imported in 2016 from the EU (WTO, 2016). It is safe to say, 54% of UK's imports (€318 billion) came from other countries in the EU in 2016. Nevertheless, imports coming from the EU have fallen since 2002 (The European commission, 2018).

Over the last decade, UK exports have intensely decreased, while in 2006 the EU accounted for approximately 54% of UK exports, in 2016 this metric fell down to 43%. On the other hand, while UK imports reached its peak in 2002 when 58% were coming from the EU, in 2016 UK imports fell down to 54 % (Mathew Ward, 2017) .

Considering the UK has a surplus of €39 billion with non-EU countries, an overall trade deficit of €82 billion with the EU raises countless question regardless the benefits the UK is obtaining from the ongoing commercial relationship with the EU. Many consider the latter is the main reason why the UK has decided to separate from the EU.

POSSIBLE INTEGRATION ALTERNATIVES AND POSSIBLE CONSEQUENCES.

After almost half of a century being part of the EU, the UK, as well as every economy in the globe, has enormously evolved. It is crucial to remember we do not know which type of relationship will be held by the UK and the EU due to

terms and conditions are being negotiated, however, and in line with Mangas (2016) there are six possible scenarios resulting from such negotiations.

The alternatives presented below may have different implications, as well as costs and benefits at different levels. Next, we will evaluate the impact of future UK business opportunities with the EU and other countries.

1.A privileged model: This refers to the UK being part of the EU's single market, that is free movement of goods, services, and capital, setting aside the free movement of people. Moreover, this privileged agreement seeks to maintain areas in which the UK's economy has a special affection, for instance, the financial services as well as the manufactures. The former one is of paramount importance because it accounts for more than 10% of the nation's GDP(Karim, 2014). Nevertheless, this first scheme seems to be unfeasible due the free movement of people is one of the most remarkable pillars of EU policy.

2. The Norwegian model: Many scholars claim this would the most suitable model the UK would adapt to. On the upside, the UK would be able to participate in the EU's single market through the European Economic Area (EEA). The latter encompasses all the freedom of the EU's single market, namely the free movement of people, goods, services and capital. Additionally, it covers various other areas such as environment, employment and consumer protection. However, on the downside, The UK would be bound by all legislation that the EU adopts in countless areas with no right of participating in EU decision-making, especially when it comes to its own external trade policy. The latter is best summarized by Lazowski (2016) who claims: "One cannot emphasize enough, though, that the main drawback of the EEA model is elsewhere. As already mentioned, the participation in the European Economic Area on the EFTA (European free trade association) side translates into almost automatic acceptance of dozens of EU legal acts which are adopted without participation of the EEA-EFTA states". It is crucial to keep in mind that the first prerequisite to benefit from the EEA is the full membership in the EFTA, that is to say, the UK would have to obtain a full membership status in the EFTA before being considered within the EEA scheme. Another strategic remark is that the free movement of goods under the EEA is subject to rules of origin.

3. Going back to the EFTA: After the Second World War, during the 1950s, Europe formed the European Coal and Steel Community, created by the 1951 Treaty of Paris, and also the European Community created by the Treaty of Rome

in March 1957. However, as an alternative to the European Economic Community, the European Free Trade Association (EFTA) was created through the Stockholm Convention on January 4, 1960.

The UK brought together countries that had not wanted to enter the European Economic Community such as Austria, Denmark, Norway, Portugal, Sweden and Switzerland in order to create an economic and trade bloc, which effectively allowed an increase in foreign trade of members . In 1973, the UK joined the European communities.

After the definitive departure of the UK from the EU, the option of returning to the EFTA, which today consists of Iceland, Norway, Switzerland and Liechtenstein, has been raised. This option would allow the UK to enter the European Common Space thus accessing the single market of the European Union. However, according to Dhingra and Sampson (2016): “Since the UK would not belong to the Single Market, re-joining EFTA would also probably result in a gradual divergence between economic regulation in the UK and the EU. This would increase ‘non-tariff barriers’ to trade between the UK and the EU.”

The possibility of joining EFTA again is in the middle of an important debate because, while it would allow the UK to freely negotiate with the EU countries, it would also imply that it would have to be annexed as a Schengen member, which was one of the reasons the Brexit won internally.

In this sense, there are not only conservatives attitudes within the UK regarding a possible entry into EFTA, but there is also some prevention by Norway against this possibility, since, it is necessary first to establish what type of commercial relationship will be agreed during the negotiations between UK and EU and, after decided, the entry of the UK into EFTA would be evaluated. Although the UK's entry into EFTA could be seen as an option for the EFTA to have access to the European Union's common market, there are still many doubts about how the negotiation will be completed to define the transition process and how they will be established.

4. A customs Union with the EU - The Turkish option: The forth plausible option would be to retain a customs union with the EU outside the scheme of the EU treaties. This would officially mean to “substantially” maintain EU’s external tariff for imports regardless the origin. The word “substantially” opens a door to interpretation, that is to say, this would undeniably leave some freedom to set a contrasting import tariff if we consider the common import tariff system as a

result of a customs union. Furthermore, as the existent EU-Turkey customs union is limited to the free movement of goods, the UK would be in need of conciliating deals on services, financial services, and so many other relevant issues.

5. A Swiss integration model: Another probable arrangement after Brexit finally takes place would be a Swiss-type model. Switzerland is a crystal-clear illustration of how a country can access the EU's internal market and retain its independence at the same time. Switzerland could have joined the EEA, however, it opted to articulate its relationship with the EU through bilateral treaties, moreover, it incorporates unilaterally and at its convenience the application of the European standards that suit its economy (currently, there are more than 100 agreements between the UK and Switzerland). There would be three plausible advantages for the UK if the adoption of the Swiss-type model materializes, firstly, it would be able to participate from the EU internal market, while avoiding thorny issues, such as the free movement of people, secondly, exposure to EU legislation would be dramatically reduced, and finally,

EU budget contributions would significantly be reduced. Nevertheless, like in the Norwegian model, the UK would lack normative decision-making capacity, not to mention the effort and time requested to generate this sort of bilateral and unilateral agreements (more than ten years for the Swiss case) (Breidlid & Najy, 2016).

6. WTO principles: The last of the possible options for UK to maintain commercial relations with the EU would be within the rules established by the WTO. However, the type of commercial relationship would change and would not be favorable for the UK since it would bring reduced access to the markets to which the UK service producers could access.

On the other hand, it must be borne in mind that, by abiding by WTO rules, the principle of "Most Favored Nation" must be complied with, in which all WTO members must be given equal treatment. In this sense, although the UK would no longer be subject to the EU's single tariff, UK exports to EU countries should be subject to the MFN principle.

According to Dhigra and Sampson (2016), by having MFN tariffs, costs of exporting to the EU for the UK's companies would rise, however, by setting a new tariff and setting aside the EU single tariff, it has the possibility also to reduce import tariffs below those of the EU, which would generate a decrease in import costs for UK consumers.

“The option of leaving the EU with no deal and simply applying World Trade Organization (WTO) rules would lead to the greatest economic losses for the UK. The analysis of this particular scenario shows that trading under WTO rules would reduce future GDP by around five percent ten years after Brexit, or \$140 billion, compared with EU membership” (Rand Corporation, 2017).

Determining the main consequences after Brexit materializes is a difficult task, mainly because, as previously explained, the impact of Brexit will directly be associated with the type of new UK-EU commercial relationship. The consequences on international trade will be directly tied with the model of cooperation adopted by the EU, this remains unknown so far. However, it is safe to say lower trade levels as well as reduced integration with EU countries are expected, this would cost the UK and EU's economies a longlasting headache.

COMMERCIAL RELATIONS BETWEEN TURKEY AND THE EU

The relations between the EU and Turkey have gone through numerous ups and downs. The clearest manifestation of cooperation between Turkey and the EU was reflected by the signature of a customs union (1995). Many in Turkey conceived this gesture of cooperation would be the roadmap leading to a full membership status, nevertheless, is an objective that has not yet touched any ground and remained an utopia.

Even though a full membership has not been granted so far, a solid commercial relationship between these two countries (Turkey and the EU) has been present for more than 20 years. Turkey has been disappointed from the political angle, as it has not obtained any of the social and educative-related benefits of being a full member, however, from the economic point of view, the signature of the customs union was a very accurate decision having as a reference the improvements in international trade as well as the life quality standards of the Turkish citizens.

Since the latter accord came into force (1st January 1996), EU-Turkish bilateral commerce has been quadruplicated. Turkey became EU's fifth largest trading partner, while the EU was transformed into Turkey's first trading partner. Moreover, through the customs union, the EU internal market was opened, that meant more than 500 million customers who were willing to start purchasing Turkish products and services (Vesterbye & Akman, 2017).

Another crucial benefit was the possibility of obtaining European products at an affordable price. This trend enormously facilitated and enabled more

competitive products internally as Turkish customers were getting higher quality European products at a cheaper price, as well as externally as to compete in the European market, Turkish products needed to be at least be in the same level with European products.

The last remarkable advantage was the increment of Foreign Direct Investment in Turkey, as many European investors foresaw multiple Turkish companies with a High and rapid growth potential (Yapıcı, 2017). It is safe to say, this commercial accord did not only help to increase international trade volumes but also increased its quality and competitiveness, especially from the Turkish perspective.

On the downside, four areas have been under the radar. First of all, Turkey is not included in the EU negotiations of free trade agreements with external nations, these negotiated FTAs have the potential of severely damaging the Turkish economy. Second of all, the EU have set import and export quotas on certain manufactured Trucks avoiding and ignoring the WTO's rules of fair competition. Thirdly, The Customs Union covers all industrial goods but does not address agriculture, services or public procurement (The European commission, 2017). Finally, the obligatory appliance of VISA for Turkish citizens (Özsöz, N.D).

Even though the customs union has been a catalyst for the Turkish economy over the last 22 years, changes in the global economy and the increasing prominence of regional trade agreements are exposing design flaws in the customs union. The first evidence is the rules in regard to services, these represent 60 percent of Turkey's GDP, however, are not contemplated in the agreement. Secondly, Turkey's obligation to align with EU legislation without the formal right to participate in any decision-making process. Last but not least, and most importantly, in many occasions third countries with which the EU signs FTAs ignore conducting FTAs with Turkey, this would mean products and services from external countries participating in Turkish markets with no reciprocal Access to those markets. These incongruencies have made Turkey question the ongoing customs union and desperately seek an updated new version of it (The world bank, 2017).

In 2015, the EU Trade Commissioner and the Turkish Minister of Economy agreed on the start of preparations for future trade negotiations. According to Vesterbye and Akman (2017): "For the last two decades, the EU-Turkey Customs Union has been the backbone of the bilateral trade framework". Negotiations to improve the customs union would bring many benefits for both the EU and Turkey. For instance the once rescued by Kirişçi & Bulbul (2017) : "starting negotiations

would once more create a constructive momentum and allow stakeholders to support the successful completion of the negotiations” However, according to the authors, certain reforms are necessary in order for the negotiations to reach a successful conclusion.

HOW BREXIT WILL AFFECT TURKEY’S INTERNATIONAL TRADE.

Much has been said about how Brexit will affect commercially, politically and economically the EU. However, this separation would not only affect the EU, it would also influence all those countries being linked somehow with the UK. In this sense, Brexit may have both negative and positive effects on Europe’s and Turkey’s commercial stability. In the following paragraphs, our intention is to describe how Turkey is likely to be affected by the Brexit from different perspectives.

The first perspective, and especially important for the current article, is the economic and commercial one. It is crucial to remak the UK is the third export market that Turkey has (\$ 10.5 billion) and twelfth most important in terms of imports with approximately \$ 5.5 billion (Krauss, 2000).

As mentioned before, the UK has become a crucial export partner through the existing customs union. By leaving the EU, the UK would automatically be excluded from the customs union with Turkey, thus an economic incentive to maintain a commercial relationship would be significantly reduced for Turkey as well as for the UK.

After withdrawing from the EU, the common rates and tariffs between Turkey and the UK would dreadfully shift. If commercial relations between the UK and Turkey start to be governed by the MFN rates (approximately 3% for electrical machinery and equipment and up to 12% for clothing), a burden economic impact on Turkish exports would be gigantic. Likewise, the increase in costs could cause a decrease in the attractiveness of both markets for investors (Bulbul, 2017).

After Brexit takes place, Turkey may be benefitted if a new trade agreement is signed. This is the initial intention of Turkey as well as the UK’s government. A new commercial agreement would not let international trade come to a standstill, but most importantly, this commercial accord would bring the UK and Turkey together in political conflicts. A possible outcome of an accord between these two agents would be Turkey acting as a negotiator and peacemaker in the Middle East (Urundul, 2015).

From the political angle, The UK's exit from the EU is likely to create two reactions: on the one hand, it is a crisis-stricken in which the EU becomes more conservative and tries to strengthen its links with actual members in order to reduce potential abandonment rate. On the contrary, a much more integration-driven response in which the EU's appetite for enlargement grows allowing Turkey to become a full member this way.

The first response is much more likely to happen, therefore, Turkey's full membership consideration would drastically suffer as one of the most solid allies within the union would be departing from it, that is to say, Turkey is likely to be left out without any agent who supports Turkey's long-lasting accession process to the EU from the inside. According to Galip Dalay (2016), the Brexit and the imminent departure from the United Kingdom of the EU imply the loss of a country "support" in the negotiations of EU membership. Additionally "Turkey's EU membership bid will be deeply damaged by the British departure from the European Union".

Lastly, the social angle should be considered, Turkey's reputation has been heavily damaged by those who were supporting the Brexit. Arguments in which Turkish people were categorized as devils have created a negative reputation in the European community, impacting Turkish tourism and prestige.

The post-Brexit relationship between Turkey and the UK has created uncertainty in the economic and politic panorama. What is likely to happen when the final separation materializes is still not clear. Despite this, we have already seen how authors and experts have made some estimates of the effects that Brexit can have on the Turkish economy.

On the one hand, some authors and experts consider that Brexit can have a negative impact on Turkey's commercial relations. For instance, Bulbul (2017) considers that after the definitive separation a shock to the Turkish trade will be given. Specifically due to the fact that the UK will not be part of the customs unions, therefore rates and tariffs will change in a way that could generate high costs and, with that, a decrease in investment and commercial relations.

On the other hand, there are authors who indicate that Turkey would win after the separation. For example, according to the Center of Economic Performance: "Some countries outside the EU, such as Russia and Turkey, gain as trade is diverted towards them and away from the EU." (Dhingra. et.al, 2016). From this point of view, Turkey's trade relations would increase and, at the same time,

it could begin to develop new agreements with different countries in the region while strengthening its commercial relations with the EU.

METHOD OF RESEARCH

This academic article is a collection of the most crucial aspects to understand how Brexit will affect firstly, the EU's trade, and secondly, Turkey as a commercial partner of the UK as well as the EU. The paper was constructed thanks to secondary information sources. These include recent journals articles, scientific magazines, research books, encyclopedias and contrasting websites.

CONCLUSIONS AND RESULTS

There is still a long process of negotiation around the transition and the UK'S definitive exit from the EU, including the commercial model under which the UK will continue maintaining commercial relations not only with the EU but with the other countries. For this reason, how Turkish, European and

British international commerce will change after Brexit, remains an unanswered question. However, there are two clear outcomes: The departure of the UK from the EU will bring great changes in the way in which the countries of the region relate to each other commercially, and lower trade levels, as well as reduced integration with EU countries, are expected, this would cost the UK and EU's economies a longlasting headache.

Solely from the commercial standpoint, the exit of the UK from the EU should be seen as a promising movement, specifically considering the UK has a surplus of €39 billion with non-EU countries, an overall trade deficit of €82 billion with the EU.

The six different alternatives presented present their upsides as well as downsides. This decision is one of the most crucial the UK, as well as external countries, will be taking in months to come, mainly because the impact of Brexit could be better cushioned by the adopted model.

The longstanding EU- Turkish commercial relationship is one of the most successful histories in commercial cooperation, it has caused international trade levels to increase enormously in the last 22 years and improve Turkish life standards. Nevertheless, changes in the global economy and the increasing prominence of

regional trade agreements are exposing design flaws in the customs union, Thus a reform is mandatory at this time.

There is no certainty in how the Brexit is affecting Turkey in a long run. On the one hand, we have found scholars who support the Notion of Turkey being negatively affected as one of its most relevant commercial partners is leaving the EU, thus a reduction in exports is to be expected. On the other hand, there are authors who indicate that Turkey would win after the separation: "Some countries outside the EU, such as Russia and Turkey, gain as trade is diverted towards them and away from the EU". For now, there is nothing written and this separation still leaves many doubts on the way.

REFERENCES

Hobolt, S. B. (2016). The Brexit vote: a divided nation, a divided continent. *Journal of European Public Policy*, 23(9), 1259-1277.

Goodwin, M. J., & Heath, O. (2016). The 2016 referendum, Brexit and the left behind: an aggregate-level analysis of the result. *The Political Quarterly*, 87(3), 323-332.

Dupuy, H. A., & Morgante, M. A. (2016). Europa, Entre El Brexit Y Los Nuevos Escenarios DeLa Integracion. VIII Congreso de Relaciones Internacionales. La Plata. Argentina. .

Hillion, C. A. P. (2016). Leaving the European Union, the Union way: A legal analysis of Article 50 TEU.

Holmes, P., Rollo, J., & Winters, L. A. (2016). Negotiating the UK's post-Brexit trade arrangements. *National Institute Economic Review*, 238(1), R22-R30.

BBC (2016). All you need to know about the UK leaving the EU. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887>.

World trade organization (2008). Statistics on the EU's international trade. Retrieved from <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCCountryPFView.aspx?Language=E&Country=E28>.

L&RS Note. (2017). Brexit – Future relationship between the UK and the EU. Retrieved from https://www.oireachtas.ie/parliament/media/housesoftheoireachtas/libraryresearch/Irsnotes/Brexit_Negotiations_-_Future_Relationship_Final_134504.pdf

The European Commission.(2017). Retrieved from <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/turkey/>.

Ward, M. (2017). Statistic on UK-EU trade. Retrieved from researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-7851/CBP-7851.pdf

Mangas Martín, A. (2016). Referendum sobre la permanencia del Reino Unido en la UE: Consecuencias". Cuadernos del Círculo Cívico de Opinión. Núm. 18, 15.

Karim, S. (2014). Brexit will destroy the City of London as we know it. From <https://www.euractiv.com/section/uk-europe/opinion/brexit-will-destroy-the-city-of-london-as-we-know-it/>.

Lazowski, A. (2016). Unilateral withdrawal from the EU: realistic scenario or a folly?. Journal of European Public Policy, 23(9), 1294-1301.

Dhingra, S., Ottaviano, G. I., Sampson, T., & Reenen, J. V. (2016). The consequences of Brexit for UK trade and living standards.

Breidlid, J., & Najy, C. (2016). Plan B after Brexit. What Britain can expect negotiating a Swiss-type. EGMONT Royal Institute for International Relations.

Rand Corporation. (2017). Examining economic outcomes after Brexit. Retrieved from <https://www.rand.org/randeurope/research/projects/brexit-economic-implications.html>

Vesterbye, S. D., & Akman, M. S. (2017). A Modernized EU-Turkey Customs Union.

Yapıcı, M. (N.D). A Modernized EU-Turkey Customs Union. Retrieved from http://www.tepav.org.tr/upload/files/14918360760.A_Modernized_EU_Turkey_Customs_Union.pdf

The European commission. (2017). Turkey. Retrieved from <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/turkey/>.

Özsöz M. (N.D). A Modernized EU-Turkey Customs Union. Retrieved from http://www.tepav.org.tr/upload/files/14918360760.A_Modernized_EU_Turkey_Customs_Union.pdf

The World Bank. (N.D). Evaluation of the EU-TURKEY Customs Union. Retrieved from http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/EU-Turkey-CU-Evaluation_Pamphlet_print.pdf.

Kirişçi, K., & Bulbul, O. (29 de August de 2017). ORDER FROM CHAOS. The EU and Turkey need each other. Could upgrading the customs union be the key.

Krauss, S. (2000). European Parliament in EU External Relations: The Customs Union with Turkey, The. Eur. Foreign Aff. Rev., 5, 215.

Bulbul, O. (6 de April de 2017). Understanding Trexit: What Brexit means for Turkey? From <https://www.euractiv.com/section/uk-europe/opinion/understanding-trexit-what-brexit-means-for-turkey/>

Urundul, P. (2015). Brexit: The impact on the EU and Turkey. Retrieved from <http://www.bitaf.org/brexit-impact-on-the-eu-and-turkey/>

Dalay, G. (2016). Turkey and Europe after Brexit: Looking beyond EU membership. Al Jazeera Centre for Studies.

Dhingra, S., & et.all. (2016). The consequences of Brexit for UK trade and living standards. London: Center for Economic Performance.

Dhingra, S., & Sampson, T. (s.f.). Life after BREXIT: What are the UK's options outside the European Union. London: Center for Economic Performance.

Türkiye'nin Sağlık Politikaları ve Sağlık Harcamaları ile Ekonomik Büyüme İlişkisi

Hilal Gündoğan¹³, Celal Alpdoğan¹⁴

Özet

1998-2016 döneminde Türkiye'ye ait genel sağlık harcamaları ve GSYİH ve rilerinin kullanıldığı analizde sağlık harcamaları ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkinin varlığı incelenmiştir. Bilindiği gibi kalkınma ekonomisinin temel dinamiklerinden birisi de beşeri sermayeye katkı sağlayan sağlık harcamalarıdır. Yapılan sağlık harcamaları, kişinin çalışma kapasitesini artırarak ve ileride karşılaşabileceğİ sağlık sorunlarına karşı koruyarak beşeri sermayenin artmasına destek vererek ülke kalkınmasında önemli bir rol oynar. Granger nedensellik test sonuçlarına göre GSYİH ile sağlık harcamaları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır. Ayrıca uzun dönemli ilişkinin varlığının sınandığı Johansen eşbüütünleşme testi sonuçları değerlendirildiğinde ekonomik büyümeye ile sağlık harcamaları arasında uzun dönemli ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Ekonomik büyümeye artiş sağlık harcamalarında da artışa neden olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık ekonomisi, kalkınma ekonomisi, nedensellik, sağlık harcamaları

JEL Kodu: I15, I18, C12, C01, H51

Turkey's Health Policy and Relation between Health Expenditures and Economic Growth Relation

Abstract

In the period of 1998-2016, the existence of the relation between health expenditures and economic growth in Turkey's general health expenditure and GDP-based analysis of use has been examined. As is known, one of the basic dynamics of the development economy is the health expenditures that contribute to the human capital. The health spending plays an important role in the deve-

13 Arş.Gör., Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat

14 Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı

lopment of the country by increasing the working capacity of the person and by supporting the increase of the human capital by protecting against future health problems. According to Granger causality test results, a two-way causality relationship emerged between GDP and health spending. In addition, according to Johansen cointegration test results of the existence of a long-term relationship, it is concluded that there is a long-term relationship between economic growth and health expenditures. The increase in economic growth also leads to an increase in health expenditures.

Keywords: Health Economics, Development Economics, Causality, Health Expenditures

JEL Code: I15, I18, C12, C01, H51

GİRİŞ

Ekonomik kalkınmanın temel unsurlarından biri olan beşeri sermayenin geliştirilmesi, korunması ve artırılması için Gayrisafi Milli Hasıla içerisindeki sağlık harcamalarının payı her geçen gün artmaktadır. Ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeylerinin artmasıyla sağlık için ayrılan pay da artar (Akar, 2014:311). Böylece artan sağlık harcamaları beşeri sermayenin verimliliğini artırarak yine ekonomik büyümeyeceği artışın devamlılığını sağlayacaktır. 2004 yılında Türkiye'nin toplam sağlık harcamalarının GSYİH içindeki oranı %7.7 ile OECD ortalaması olan %8.9'un altında ve 23ncü sıradaydı. Ayrıca kişi başına düşen sağlık harcamalarında 580 Dolar ile OECD sıralamasının (2550 Dolar) en sonunda yer alıyordu (Ersöz, 2008:96). 2015 yılı TUİK verileri incelendiğinde, sağlık harcamalarının GSYİH'ya oranı gerileyerek %5,4 olarak gerçekleşmiştir. OECD ülkelerinin ortalamasına bakıldığında bu oran %9-10 aralığındadır. Bu aralık dikkate alındığında Türkiye'nin OECD ülkeleri içindeki yerinin oldukça geride kaldığı görülmektedir.

Sağlık Bakanlığı 2017 Bütçe sunumuna bakıldığından; kişi başı ilaç harcaması Türkiye'de 170 Dolar iken; OECD ortalaması ise 527 Dolardır. OECD ülkeleri ile karşılaştırıldığında Türkiye'de ilaç ve sağlık harcamalarının yüksek olduğunu söyleyemeyiz. Türkiye'de ilaç harcamalarına ilişkin 2007 yılı öncesine ait veri bulunmamaktadır. 2007 yılında ilaç harcamalarının toplam sağlık harcamaları içindeki payı %22,8 düzeyindedeydi. Bu oran 2009 yılına gelindiğinde %25,6 düzeyine yükselmiş sonraki yıllar düşerek 2012 yılında ilaç harcamalarının toplam sağlık harcamaları içindeki payı %19'un altına düşmüştür (Yardan vd., 2016:168). 2009 yılından 2012 yılına kadar düşen toplam sağlık harcamalarının içindeki ilaç

harcamalarının payı, 2012 yılından sonra tekrar artışa geçerek 2014 yılında %25, 2015 yılında ise %24,7 olarak gerçekleşmiştir. İlaç harcamalarındaki artış sağlık hizmetlerine ve ilaçlara erişilebilirliğin artmasından kaynaklanırsa olumlu bir durum iken; harcamalardaki artış akılçılık olmayan ilaç kullanımının yol açtığı israftan kaynaklanırsa tedbir alınması gereklidir.

SSK, BAĞ-KUR ve Emekli Sandığı gibi farklı kurumlarla verilen sağlık hizmetleri 2006'da Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) adı altında birleştirilerek sağlık hizmetleri harcamalarının kontrolünün kolaylaştırılması sağlanmıştır. Harcamaların denetimini sağlayan diğer önemli değişim 2013 yılında uygulanmaya başlanan e-reçete uygulamasıdır.

Reçetesiz ilaç kullanımı da gereksiz ve akılçılık olmayan ilaç kullanımının nedenlerinden biridir. Ülkemizde reçetesiz ilaç kullanımını kontrol edebilmek için uygulanan iki politika vardır. İlkı Sağlık Bakanlığı tarafından sınırlı sayıda kontrole tabi tutulan ve suistimal edilebilme potansiyeli olan ilaçların eczanelerden kontrole tabi reçete ile alınmasının zorunlu hale getirilmesi; ikincisi SGK kapsamında sosyal güvenceden faydalanan vatandaşların ilaç harcamalarının karşılanması için eczaneye reçetenin teslim edilmesi zorunluluğudur (Akıcı ve Toklu, 2013:34).

1. Türkiye'de Uygulanan Sağlık Politikaları

1980'li yıllarda Dünya Bankası'nın sağlık alanındaki maliyet araştırması sonucu oluşturduğu raporda sağlık sektöründe maliyet artışlarından kaynaklanan krizin varlığından bahsedilmiştir. Maliyetleri azaltmak için geliştirilen reform paketinin içerisinde; sosyal güvenlik kurumlarının tek çatı altında toplanması, sağlık hizmetleri ile finansmanın ayrıstırılması, sağlık sektöründeki kamu kurumlarının varlığının sınırlandırılıp özel kuruluşların sağlık sektöründe yoğunlaştırılması, sağlık bakanlıklarının sadece denetleyici mekanizma şeklinde varlığını sürdürmesi, aile hekimliği sisteminin yaygınlaştırılıp hekim odaklı sağlık hizmetlerinin oluşturulması gibi reformlar yer almıştır (Erol ve Özdemir, 2014:10).

1990'lı yıllarda uygulanan neoliberal ekonomi politikalarının uzantısı sağlık sektöründe kendini göstermiştir. DB ile ortak hazırlanan rapor neticesinde 2003 yılında "Sağlıkta Dönüşüm Programı" oluşturulmuştur. Sağlıkta Dönüşüm Programı neticesinde kararlaştırılan reformlar;

- Özel sağlık hizmeti sunucularının finansmanını da kapsayacak şekilde tüm sağlık hizmetlerinin finansmanı tek elde toplanarak Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) modeli oluşturuldu.

- “Sağlık ocağı” adı altında yürütülen birincil sağlık hizmetleri “aile hekimliği” adı ile oluşturulan sistemle yeniden yapılandırıldı.
- Kamu hastanelerinde çalışanlar arasındaki rekabete ve performansa dayalı ücretlendirme politikası oluşturulmuş ve kamu hastanelerindeki özelleştirme sürecinin başlangıcı yapılmıştır.

Sağlık Bakanlığı'nın hazırladığı 10ncu kalkınma planının amaçları ve bu amaçlar doğrultusunda belirlenen politikalar şu şekildedir (SB, 2017b:45-46)

- Temel Amaç;** “Vatandaşlarımızın yaşam kalitesi ve süresinin yükseltilmesi ile ekonomik, sosyal ve kültürel hayatı bilinçli, aktif ve sağlıklı bir şekilde katılımlarının sağlanması” cümleyle belirtilmiştir. Temel amaç doğrultusunda belirlenen politikalar;
- Bireylerin beden ve ruh sağlıklarının bir bütün halinde korunması için koruyucu sağlık hizmetlerinin çok yönlü olarak geliştirilmesi
- Sağlık hizmetlerinin etkinliğini ve sağlık çalışanları ile hastaların memnuniyetini düşünerek sağlık hizmetleri uygulamalarının yeniden düzenlenmesi
- Sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliği dikkate alınarak ikinci ve üçüncü sağlık basamaklarının etkinliğinin artırılması
- Akılcı ilaç kullanımına yönelik toplum bilincinin artırılması
- Eğitim araştırma hastanelerinin araştırma ve sağlık hizmetleri sunma faaliyetleri arasındaki ayrımları netleştirerek yeni araştırmalar yapmalarını sağlayacak yapısal reformların gerçekleştirilmesi
- Tamamlayıcı tip kapsamında uygulanan sağlık hizmetlerinin belli bir standarda kavuşturulması ve denetlenmesi, ayrıca tamamlayıcı tıbbın tip eğitimi ve sağlık uygulamalarına entegre edilmesine yönelik çalışmaların geliştirilmesi
- Toplumun sağlıklı beslenme konusunda bilinçlendirilmesi
- Uluslararası karşılaşmaya imkan sağlayan standart istatistiklerin üretilmesi

Ayrıca Sağlık Bakanlığı'nın belirdiği öncelikli dönüşüm programları şu şekildedir (SB,2017b:46-52);

Kamu Harcamalarının Rasyonelleştirilmesi Programı: Bu program çerçevesinde, mevcut harcamalar gözden geçirilerek etkin olmayan harcamaların çıkarılması ve genişletilen mali kaynakların öncelikli harcama alanlarına yön-

lendirilmesi ve kamu faiz dışı harcamaların belirli bir düzeyde tutulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda;

- Akılcı ilaç kullanımının içselleştirilmesi
- Tedrici şekilde sevk zinciri uygulamasına geçilmesi
- Sağlık sigortalarının gözden geçirilmesi
- Önleyici ve koruyucu sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi politika yardımıcıları olarak belirlenmiştir.

Bu politika yardımıcıları doğrultusunda programın amaçları;

- Faiz dışı bütçe harcamalarının GSYİH'ye oranının %21.8'i geçmemesi
- KKBG/GSYİH oranının %0,5 geçmemesi
- Harcamaların uygunluğunun ve niteliğinin artırılması şeklinde sıralanmıştır.

Sağlık Endüstrilerinde Yapısal Dönüşüm Programı: Katma değeri yüksek ürün üretip, küresel ilaç endüstrisine giriş yapmak ve yurtiçi ilaç ve tıbbi cihaz ihtiyacının daha fazla kısmını karşılayabilir hale gelinmesi hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda yurtiçi tıbbi cihaz ve malzeme ihtiyacının %20'sinin, ilaç ihtiyacının %60'ının yerli üretimle karşılanması hedeflenmiştir.

Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı: Türkiye'nin medikal turizm, termal turizm ve ileri yaş-engelli turizmi alanlarındaki yükselen pazar konumunda olması avantajı değerlendirilerek; bu alanlardaki hizmet kalitesinin yükseltilip rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda, termal turizmden 3 milyar dolar, medikal turizmden 5.6 milyar dolar ve yaşlı turizminden 750 milyon dolar gelir sağlanması hedeflenmiştir. Toplamda 2.400.000 turistin gelmesi hedeflenmiştir.

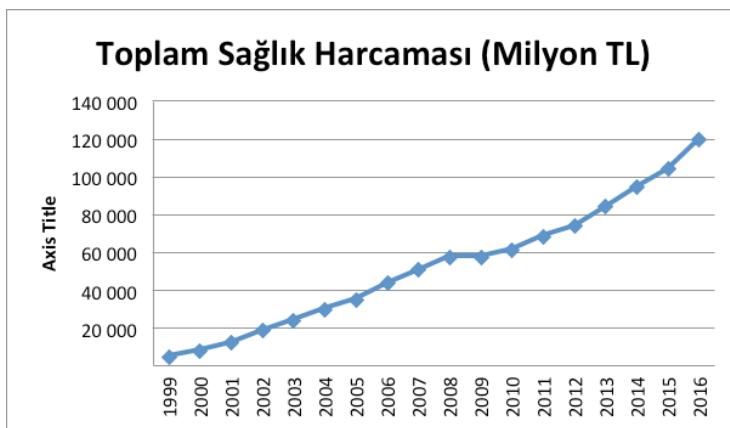
Sağlıklı Yaşam ve Hareketlilik Programı: Bu programla sağıksız beslenme, hareketsiz yaşam, tütün ve alkol kullanımı, madde bağımlılığıyla mücadele ile gıda güvenilirliğinin, koruyucu sağlık hizmetlerinin ve ruh sağlığının geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

2. Türkiye'de Sağlık Harcamaları

Yıllar içerisinde özel sektörde ait sağlık harcamalarında önemli artışlar olsa da toplam sağlık harcamaları içindeki payı yıllar içerisinde azalmıştır. TÜİK'ten elde edilen verilere bakıldığında 1999 yılında özel sektörde ait sağlık harcamalarının toplam sağlık harcamaları içerisindeki payı %38.8 iken, bu oran 2008 yılında

%27, 2016 yılında %21.5'e düşmüştür. Bu tablo yıllar içerisinde devlet tarafından sağlık harcamalarına ayrılan payın da aryttığını göstermektedir.

Tablo 1. Türkiye'nin Toplam Sağlık Harcamaları



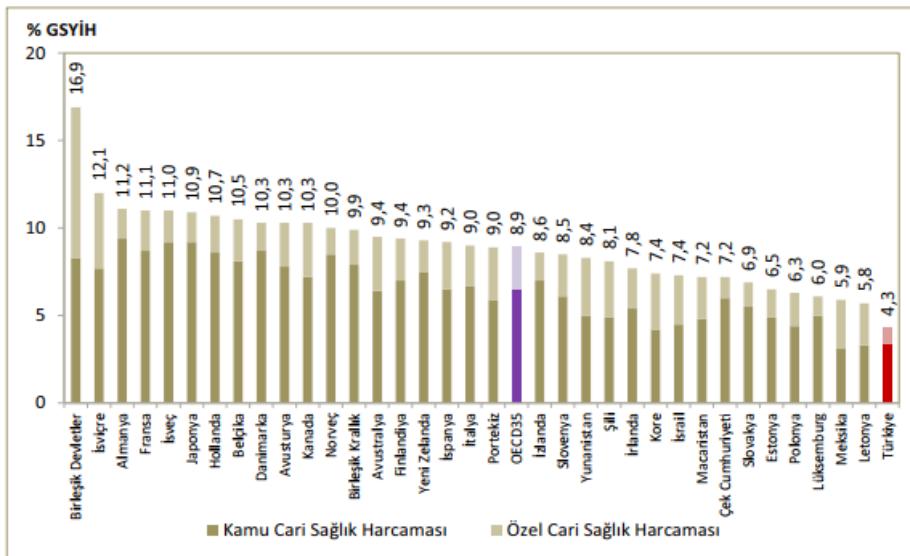
Yine TÜİK'in verilerine bakıldığından toplam sağlık harcamalarının GSYİH'ya oranı 1999-2016 yılları dikkate alınarak incelendiğinde istikrarlı bir seyir takip etmiştir. Küresel finansal kriz dönemini temsil eden 2008 yılı öncesi ve sonrasında bu oran %5.8'e yükselse de 2016 yılına gelindiğinde %4.6'ya gerileyerek 1999 yılı değerinin altında kalmıştır.

Tablo 2. Türkiye'nin Toplam Sağlık Harcamalarının GSYİH'ya Oranı



2017 yılına gelindiğinde Türkiye, genel bütçeden sağlık harcamalarına % 5,2'lik pay ayırarak; OECD ülkeleri arasında son sıradaki yerini değiştirememiştir (Sayılı vd., 2017:5).

Tablo 3. Cari Sağlık Harcamalarının GSYİH İçindeki Payının Uluslararası Karşılaştırılması, (%), 2015



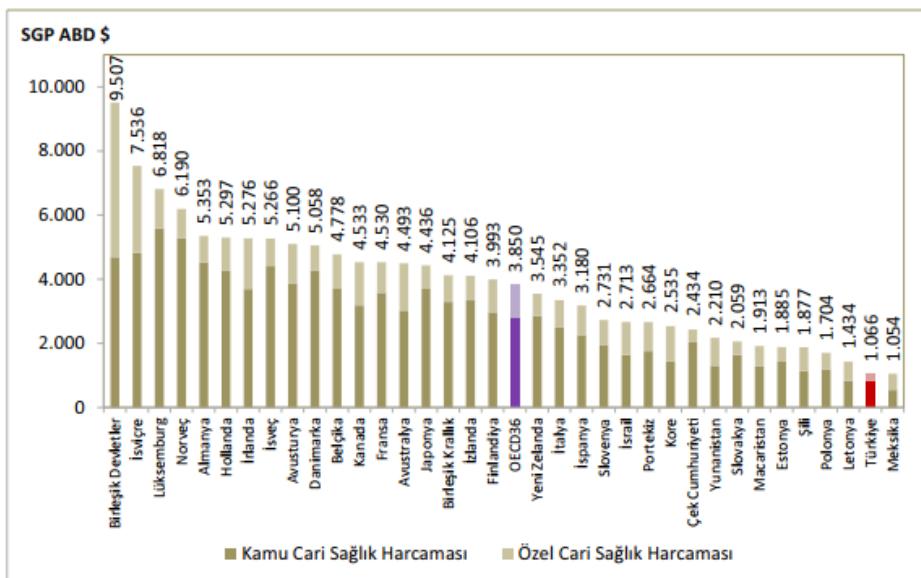
Kaynak: Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistiği Yıllığı 2016, ss.236

Tablo 3'e bakıldığında, 2016 yılı itibarıyle Türkiye'nin cari sağlık harcamalarının GSYİH içerisindeki payı %4.3 ile, pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin gerisinde kaldığı gibi, %8.9'luk orana sahip

OECD ülkelerinin de gerisinde kalarak sıralamanın en sonunda yer almıştır. Böylece genel bütçesinden sağlık harcamalarına en az payı ayıran ülke olmuştur.

Tablo 4'te Kişi başı cari sağlık harcamalarının uluslararası karşılaştırılması yapılmıştır. Türkiye'nin uluslararası karşılaştırımda sıralamasına baktığımızda Meksika'nın önünde ve sondan ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. OECD ülkelerinin kişi başı cari sağlık harcamalarının 3850 ABD \$ olduğu sıralamada Türkiye'nin kişi başı cari sağlık harcamaları 1066 ABD \$ ile oldukça geride kalmıştır.

Tablo 4. Kişi Başı Cari Sağlık Harcamasının Uluslararası Karşılaştırılması, (SGP ABD \$, 2015)



Kaynak: Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistiği Yıllığı 2016, ss.239

3. Literatür Özeti

Sağlık harcamaları ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların ilki Groosman (1972) tarafından yapılmıştır. Çalışmaya göre, sağlık hizmetlerindeki artış çıktı büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Newhouse (1977)'un çalışmasında ise ülkenin GSYİH'ındaki artışın sağlık harcamalarında da artırıcı yönde etki gösterdiği ortaya koyulmuştur.

Ersöz (2008) çalışmasında OECD ülkelerinin seçilmiş sağlık göstergeleri incelenerken birbirlerine benzerliklerini ve farklılığı noktaları ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda toplam sağlık harcamalarının yıllık büyümeye oranı, sağlık harcamalarının içerisindeki kamu harcamaları oranı, ilaç harcamaları oranı gibi değişkenleri de içeren on dört sağlık göstergesi seçilmiştir. Uygulanan çok boyutlu analiz sonuçlarına bakıldığından birincil boyutta Kore Cumhuriyeti, Meksika, Polonya, Slovak Cumhuriyeti ve Türkiye'nin incelenen

on dört sağlık değişkeni açısından benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu ülkelerde sağlık harcamaları içinde ilaç harcamalarına ayrılan pay da yüksektir. İkincil boyutta ise Amerika diğer ülkelerden farklılaşan OECD ülkesidir. Ülkelerin farklılık matrisleri incelendiğinde Avustralya ile Kanada, Belçika ile Fransa, Çek Cumhuriyeti ile Macaristan, Danimarka ile Finlandiya, İtalya ile İspanya, Yeni Zelanda ile İngiltere, Norveç ile İsveç, Portekiz ile İspanya birbirlerine en benzer ülkelerdir. Avustralya, Almanya ve Norveç ile Türkiye birbirlerinden oldukça farklı ülkeler çıkmıştır.

Taban (2006) çalışmasında 1968-2003 döneminde Türkiye'de doğuştan yaşam bekłentisi, yatak sayısı, sağlık kurumlarının sayısı, sağlık personeli başına düşen hasta sayısı gibi sağlık göstergeleri ile GSYİH arasındaki ilişkinin varlığını incelemiştir. Johansen eşbüütünleşme test sonuçları incelendiğinde, reel GSYİH ile sağlık kurumlarının sayısı arasında uzun dönemli ilişki görülmemesine rağmen, doğuştan yaşam bekłentisi, sağlık kurumlarının yatak sayıları ve sağlık personeli başına düşen kişi sayısı arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına rastlanmıştır. GSYİH ile sağlık kuruluşları sayısı arasında ilişkinin olmaması nüfusa oranla yetersiz sayıda sağlık kuruluşunun varlığı ile açıklanmıştır. Sağlık göstergeleri ile GSYİH arasındaki kısa dönem nedensellik ilişkisine bakıldığından çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Benzer bir çalışmada Ay vd. (2013) yataklı ve yataksız sağlık kurumu sayısı ve sağlık memuru başına düşen hasta sayısı ile GSYİH arasındaki ilişkiyi 1968-2006 döneminde eşbüütünleşme testiyle incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, sağlık memuru başına düşen kişi sayısı ile GSYİH arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olsa da teorik olarak anlamlı değildir. Yataklı ve yataksız sağlık kurumu sayısı ile GSYİH arasında hem teorik hem de istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki vardır.

Akar (2014) çalışmasında 2004-2013 yılları arasında Türkiye'de sağlık harcamaları, sağlık harcamalarının nisbi fiyatı ile GSYİH arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucuna göre, sağlık harcamaları, sağlık harcamalarının nispi fiyatı ve GSYİH arasında kısa dönemde ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak değişkenler arasında uzun dönemde ilişki tespit edilmiştir.

Selim vd. (2014) çalışmasında 27 AB ülkesi ve Türkiye'de 2001-2011 döneminde sağlık harcamaları ile ekonomik büyümeyi arasındaki ilişkiyi hem kısa dönem hem de uzun dönemde incelemiştir. Panel eşbüütünleşme ve hata düzeltme model-

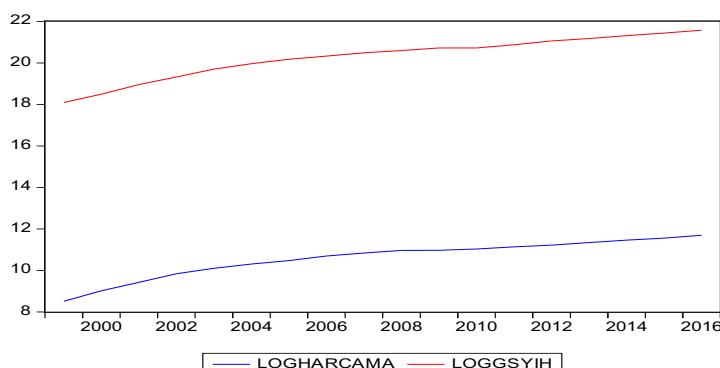
lerinin kullanıldığı çalışmada kişi başı sağlık harcamaları ile GSYİH arasında hem kısa hem de uzun dönemde ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Türkiye'de sağlık

harcamaları ile GSYİH arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir çalışma Tıraşoğlu ve Yıldırım (2012)'a aittir. 2006-2012 döneminin incelendiği çalışmada 2008 küresel ekonomik krizin de etkileri düşünülerek yapısal kırılmalı modeller kullanılarak Türkiye'de sağlık harcamaları ile ekonomik büyümeye arasındaki uzun dönemli ilişki incelenmiş ve tek yapısal kırılma durumunda uzun dönemde bu iki değişken arasında ilişki tespit edilmiştir. Kiymaz vd. (2006), 1984-1998 döneminde Türkiye'de sağlık harcamaları ile GSMH arasındaki uzun dönemli ilişkiyi Johansen eşbüütünleşme ile analiz etmiş ve kişi başına GSMH'dan sağlık harcamalarına tek yönlü ilişkinin olduğu sonucuna varmıştır.

4. Veri Seti, Ekonometrik Model ve Sonuçlar

Çalışmada Türkiye'nin 1999-2016 dönemine ait TUİK'ten elde edilen genel sağlık harcamaları ve harcama yöntemiyle elde edilen GSYİH'nın yıllık verileri kullanılmıştır. Ekonometrik model içerisinde değişkenlerin logaritmik değerleri kullanılmıştır.

Tablo 5. GSYİH (LOGGSYIH) ile Sağlık Harcamalarının (LOGHARCAMA) Logaritmik Serileri



Tablo 5'te görüldüğü gibi değişkenlerin artış yönünde güçlü bir eğilime sahip olduğu ve birlikte değişme olasılıkları yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6'da değişkenlerin logaritmik değerlerinin birim kök testleri ADF Birim Kök Testleri yardımıyla incelenmiştir. Serilerin düzey değerleri dikkate alındığında seviyede birim kök içerirken; serilerin birinci farkları alındığında %10 anlamlılık seviyesinde birim kökten arındığı görülmektedir.

Tablo 6. ADF Birim Kök Test Sonuçları

| LogGsyih | Δ LogGsyih | LogHarcama | Δ LogHarcama |
|---|-------------------|----------------|---------------------|
| -1.3490 (0.57) | -2.7757 (0.08)* | -1.3623 (0.57) | -2.8530 (0.07)* |
| Not: () içinde yer alan değerler test istatistiklerinin olasılık değerini temsil eder. ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerini ifade eder. | | | |
| SIC bilgi kriterine göre, 1 uygun gecikme uzunluğu esas alınmıştır. | | | |

1999-2016 döneminde Türkiye'nin GSYİH ile sağlık harcamaları arasındaki uzun dönemli ilişki Johansen Eşbütnleşme testi ile incelenmiştir. Tablo 7'de eşbütnleşme test sonuçlarına bakıldığından %5 anlamlılık düzeyinde uzun dönemde Türkiye'de sağlık harcamaları ile GSYİH arasında ilişkinin olduğu kabul edilmektedir.

Tablo 7. Johansen Eşbütnleşme Test Sonuçları

| Eşbütnleşik Vektör Sayısı | Özdeğer Değeri | Trace İstatistiği | %5 Kritik Değer | Olasılık Değeri* |
|---------------------------|----------------|----------------------------|------------------------|-------------------------|
| Yok | 0.6413 | 18.71 | 15.49 | 0.01 |
| En Fazla Bir | 0.1342 | 2.30 | 3.84 | 0.112 |
| | Özdeğer Değeri | Max. Özdeğer Değeri | %5 Kritik Değer | Olasılık Değeri* |
| Yok | 0.6413 | 16.40 | 14.26 | 0.02 |
| En Fazla Bir | 0.1342 | 2.30 | 3.84 | 0.12 |

*%5 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir.

Tablo 8'e bakıldığında hem GSYİH'dan sağlık harcamalarına, hem de sağlık harcamalarından GSYİH'ya nedensellik olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 8. Granger Nedensellik Testi

| Hipotez | Gecikme | F-testi | Olasılık | Nedensellik |
|--|---------|---------|----------|-------------|
| Sağlık Harcamaları, GSYİH'nın nedeni değildir. | 1 | 16.93 | 0.00 | SH→GSYİH |
| GSYİH, Sağlık Harcamalarının nedeni değildir. | 1 | 21.25 | 0.00 | GSYİH→SH |

Türkiye'de 1999-2016 döneminde ekonomik büyümeye ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada, GSYİH ile sağlık harcamaları arasında çift yönlü nedenselliğin ve uzun dönemde ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Yani sağlık harcamalarındaki artışın büyümeye üzerinde pozitif etkisi olduğu gibi, Türkiye'nin GSYİH'sındaki artışın sağlık harcamalarına ayrılan payı artıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

1999-2016 yılları arasında Türkiye'de sağlık harcamaları ile büyümeye arasında hem kısa dönemde hem de uzun dönemde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Çalışmanın ampirik sonuçları, literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Benzer sonuçlar Akar (2014)'ın çalışmasında 2004-2013 dönemi için Türkiye'de tespit edilmiştir. Aynı şekilde Selim vd. (2014) çalışmasında hem AB ülkeleri hem de Türkiye'nin 2001-2011 döneminde sağlık harcamaları ile büyümeye arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yine Tırasoğlu ve Yıldırım (2012)'da aynı sonuçlara ulaşmıştır.

KAYNAKÇA

AKAR, Sevda (2014). "Türkiye'de Sağlık Harcamaları, Sağlık Harcamalarının Nisbi Fiyatı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", Yönetim ve Ekonomi, 21(1):312-322.

AY, Ahmet, Oktay KIZILKAYA ve Emrah KOÇAK (2013). "Sağlık Göstergeleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği", Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1):163-172

EROL, Hatice, A. ÖZDEMİR (2014). "Türkiye'de Sağlık Reformları ve Sağlık Harcamalarının Değerlendirilmesi", Sosyal Güvenlik Dergisi, 4(1):9-34.

ERSÖZ, Filiz (2008). "Türkiye ile OECD ülkelerinin Sağlık Düzeyleri ve Sağlık Harcamalarının Analizi", İstatistikçiler Dergisi 2:95-104

GROOSMAN, M. (1972). "On the Concept of Health Capital and the Demand for Health", Journal of Political Economy, 80(2):223-255

KIYMAZ, H., AKBULUT, Y., DEMİR, A. (2006) . "Test of Stationarity and Co-integration of Health Care Expenditure and Gross Domestic Product", The European Journal of Health Economics 7(4):285-289.

NEWHOUSE, J.P. (1977). "Medical Care Expenditure: A Cross-National Survey", Journal of Human Resources, 12:115-125

Sağlık Bakanlığı, 2017. "Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2016", Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü, Ankara

Sağlık Bakanlığı, 2017. "Faaliyet Raporu 2016", www.saglik.gov.tr,

SELİM, Sibel; Doğan UYSAL ve Pınar ERYİĞİT (2014). "Türkiye'de Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Ekonometrik Analizi", Miğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(3):13-24

TABAN, Sami (2006). "Türkiye'de Sağlık ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi", Sosyoekonomi, Temmuz-Aralık, 2006-2: 32-46

TIRAŞOĞLU, Muhammed; Burcu YILDIRIM (2012). "Yapısal Kırılma Durumunda Sağlık Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama", Electronic Journal of Vocational Colleges, ss.111-117

TÜKETİCİLERİN TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLERİN TÜKETİM VE PAZARLANMASINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİ BELİRLEMELYE YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI

Ahmet ÜNAL^{15*}, Yıldırım YILDIRIM¹⁶

Özet

Dünyada ve Türkiye'de, kimyasal ürünlerin sebep oldukları olumsuz yan etkiler, tüketicilerin doğal ürünlerde yönelikini her geçen gün artırmaktadır. Ayrıca dünya üzerinde yaşlı nüfusundaki artış, bitkilerin tıbbi faydalarını ortaya koyan yeni çalışmalar, geleneksel tedavi yöntemlerinin gelişmiş ülkelerce kabul görmesi, obezite vb. nedenlerle tıbbi ve aromatik bitkilere olan talebin artmasını sağlamıştır. Literatürde tıbbi ve aromatik bitkilerin pazarlanması, satışı ve tüketicilerin bu bitkilere yönelik görüşlerine ilişkin boşluğu doldurmak amacıyla hazırlanmış bu çalışma sonucunda bu bitkilerin ara sıra veya nadiren kullanıldığını, bu bitkilerin daha çok aktarlardan satın alındığını, internetten alışverişin yok denecek kadar az olduğu görülmüştür. Tüketme nedenine bakıldığından katılımcıların çoğu "hastalık tedavisi" için kullandıklarını belirtmiştir. Sonrasında keyif ve rahatlama amacı gelmektedir. Bu bitkileri ne amaçla kullanıyorsunuz sorusunda diğer seçenekleri işaretleyenler (metabolizma hızlandırıcı, önleyici tedavi amacıyla, sağlığı koruma amacıyla, yanık tedavisi amacıyla ve bilimsel çalışma amaçlı vs.) kozmetik amaçlı kullananların yüzdesinden fazladır. Bu araştırma sonuçlarının Türkiye'de faaliyet gösteren ve bu bitkilerden elde edilmiş her türlü ürünün satışını ve pazarlanması gerçekleştiren işletmelere bir öngörü sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Tıbbi ve aromatik bitkiler, pazarlama, tüketici görüşleri, Düzce

JEL kodları: M3, M30, M31

15 Dr. İnönü Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi, ahmet.unal@inonu.edu.tr

16 Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Akçakoca T.İ.O.Y.O., yildirimyildirim@duzce.edu.tr

A FIELD STUDY ON DETERMINING THE OPINIONS OF CONSUMERS ABOUT MEDICINAL AND AROMATIC PLANTS: THE CASE OF DUZCE UNIVERSITY

Abstract

Negative adverse effects caused by chemical products increase the tendency of consumers toward natural products in Turkey and all over the world day by day. Furthermore, some other reasons, such as the increase in the aging population, recent studies indicating the medical benefits of the plants, acceptance of traditional treatment methods by developed countries and obesity etc. have contributed to the growing demand to medical and aromatic plants. As a result of this study which is prepared in order to fill in the gap between marketing and selling medicinal and aromatic plants and consumers' opinions about these plants in the literature, it is seen that these plants are used occasionally or rarely, are bought more from herb and spice seller and there is no shopping on the internet. Given the reasons for consumption, it is stated that most of the participants used it for disease treatment then comes the aims of pleasure and relaxation. For what purpose do you use these plants, the other option markers (as metabolism accelerator, preventive treatment, health care, burn treatment and scientific study) are more than percentage of those who use for cosmetics. With this study, it is expected to provide a prediction for Turkish enterprises engaged in marketing and selling all kinds of products obtained from these plants.

Keywords: Medicinal and aromatic plants, marketing, consumer opinions, Düzce

JEL Code: M3, M30, M31

GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye'de, kimyasal ürünlerin sebep oldukları olumsuz yan etkiler, tüketicilerin doğal ürünlerle yönelimini her geçen gün artırmaktadır (Yıldız, Yüksek ve Şekeroğlu, 2010). Ayrıca dünya üzerinde yaşlı nüfusundaki artış, bitkilerin tıbbi faydalarını ortaya koyan yeni çalışmalar, geleneksel tedavi yöntemlerinin gelişmiş ülkelerce kabul görmesi, obezite vb. nedenlerle tıbbi ve aromatik bitkilere olan talebin artmasını sağlamıştır (Arslan ve diğ., 2015). Ormanlardan elde edilen başlıca ürünler, odun hammaddesidir. Özellikle son zamanlarda hem tüketim

hem de endüstriyel alanda çok çeşitli ürünlerin gıda, tıp, eczacılık vb. alanlarda talebinin arttığı görülmektedir (Korkmaz ve Fakir, 2009). Ancak bu artış doğal kaynakların üzerinde de bir baskının oluşmasını sağlamaktadır. Aşırı tüketim, kaynakların verimli kullanılmaması ve yasadışı yollarla bu ürünlerin ticaretinin yapılması özellikle bazı türlerin yok olma tehlikesi ile karşı karşıyamasına sebep olmaktadır (Anyinam, 1995). Tibbi ve aromatik bitkiler üzerine yapılan çalışmalarla karşılaşılan en önemli sorunlardan biri; sınıflandırmada birligin olmamasıdır. Tıp, botanik, tarım vb. hemen her bilim dalı sınıflandırma yaparken farklı şekillere yer vermektedir. Bu zorluk konu üzerine çalışmak isteyenleri her bir alanı ayrı ayrı araştırmaya itmektedir (Sadıkoğlu, 1998).

1. Tibbi ve Aromatik Bitkilerin Pazarlanması

Tibbi ve aromatik bitkilerin pazarlanması yönelik literatür oldukça kısıtlıdır. Konu üzerine yapılan çalışmaların botanik, tarım, gıda, tıp gibi alanlarda yoğunlaştiği pazarlama konusunda çalışmaların ise yeterli seviyede olmadığı söylenebilir.

Pazarlama, tüketicilere bir ürünü satmaktan ziyade aradığı bir çözümü ya da faydayı sunar ve tüketici bu sunumlar arasından seçimini yapar (Odabaşı ve Barış, 2010). Birçok seçenek arasından işletmelerin, tüketicileri etkileyebilmesi ve tercihlerini kendi lehlerine yöneltebilmesi için çeşitli faaliyetleri yönetebilmeleri gereklidir (Kaya, 2004). Pazarlama; işletme ve tüketicilerin karşılıklı faydasını hedefleyen ve uzun vadeli bir ilişkiyi tanımlamak için kullanılan bir kavramdır (Erdoğan, 2009). Bu yönyle pazarlanmanın tek amacı yeni müşteri kazanmak değildir. Pazarlama, mevcut müşterilerin sadakatini artıracak faaliyetler yürüterek uzun vadeli ilişkilerin kurulmasını hedeflemektedir (Blackwell, Miniard ve Engel, 2006). Tüketiciler bir ihtiyaç ya da problemin çözümünde yedi temel aşamayı, karar alma süreci içinde kullanırlar. Bu aşamalar; ihtiyacın ortaya çıkması, bilgi arayışı, satın alım öncesi alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma, tüketim, tüketim sonrası değerlendirme ve son aşama, tüketilen ürünün örneğin; bir aracın kullanıldıktan belli bir süre sonra elden çıkarılması ya da ürünün atılmasını içeren aşamadır (Grönroos, 2010). Pazarlama yönetimi üç temel görevi yerine getirirler. Bu görevlerden ilki; pazarın homojen olmadığından varsayımla, pazarın bölgelere ayrılmasıdır. İkincisi; bölümlenen pazar içinde etkin olunacağı düşünülen hedef pazarın seçilmesidir. Son olarak; ürün, fiyatlama, satış çabaları (tutundurma) ve dağıtım olarak isimlendirilen (başlık sayısı aratabilir ya da isimleri farklılık gösterebilir) ve işletmenin tüketicileri tatmin etmesini, bu yolla da işletmenin

amaçlarına ulaşmasını sağlayacak pazarlama karmaşı olarak isimlendirilen pazarlama işlevlerinin bir araya getirilmesidir (Cemalcılar, 1988).

2. Önceki Çalışmalara Dair Literatür Taraması

Koçtürk ve arkadaşları (2010) yaptıkları çalışmada tüketicilerin bitkisel ilaçlara bakış açısını araştırmıştır. Adıguzel ve Kızılıslan (2016) aktarları çeşitli sınıflandırma başlıklarını altında incelemiştir. Kılıçhan ve Çalhan (2015) tüketicilerin baharat tüketim alışkanlıklarını araştırmışlardır. Karik ve Öztürk (2009) tıbbi ve aromatik bitkilerin Türk dış ticaretindeki yerini, ithalat ve ihracat rakamları ile ortaya koymaya çalışmıştır. Parlak ve arkadaşları (2015) rezene bitkisinin pazarlamasını ve sorunlarını ele almıştır. Gül ve Çelik (2016) Hatay ilinde tıbbi ve aromatik bitki yetiştirciliği ve dış ticaretini incelemiştir. Komut ve Öztürk (2010) Gümüşhane ilinde bu tür ürünlerin işletmeciliğini mevcut durum, sorunlar ve öneriler kapsamında ele almıştır. Şafak ve Okan (2004) üç ürün; kekik, defne ve çam fistığının üretimini ve pazarlanması incelemiştir. Tulukçu ve Sağdıç (2011) aktarlarda satılan tıbbi bitkileri ve bu bitkilerin kullanılan kısımlarını araştırmıştır. Bilgin ve arkadaşları (2005) üreticilerin profili ve bu tür ürünleri üremenin sosyo-ekonomik önemini ortaya koymaya çalışmıştır. Faydaoglu ve Sürücüoğlu (2011) bu bitkilerin geçmişten günümüze kullanımını ve ekonomik önemini incelemiştir. Demirçivi ve Altaş (2016) üniversite öğrencilerinin baharatlar hakkındaki bilgilerini ve tercihlerini araştırmıştır. Kuipers (2003) bu ürünlere artan talebi, arz ve talep kaynaklarını tanımlayarak incelemiştir. Lange (2004) çalışmasında, tıbbi ve aromatik bitkilerin dünya üzerindeki ticaretini ve bu ürünlerin korunmasına yönelik çalışmalara yer vermiştir. Mafisebi ve arkadaşları (2013) tıbbi ve aromatik bitkilerin küresel ticaretteki sınıflandırılmaları konusunda çalışma yürütmüştür.

3. Araştırmmanın Amacı

Tıbbi ve aromatik bitkilerin pazarlanması yönelik literatür oldukça kısıtlıdır. Konu üzerine yapılan çalışmaların botanik, tarım, gıda, tıp gibi alanlarda yoğunluğu, pazarlama konusunda çalışmaların ise yeterli seviyede olmadığı söylenebilir. Bu çalışma ile talebi gün geçtikçe artan tıbbi ve aromatik bitkilere karşı tüketicilerin düşüncelerinin ve kullanıma yönelik davranışlarının temel unsurlarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bir araştırmmanın temel amaçlarından birisi literatürdeki boşluğu doldurmak ve önceki çalışmalarla – zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı – araştırılmayan değişkenleri araştırarak bir soruna çözüm

bulmaktadır. Bu anlayıştan hareketle ülkemizde de tıbbi ve aromatik bitkilerden elde edilen ürünlerin ne düzeyde tüketildiğini ve tüketicilerin bu ürünlerin pazarlanmasına yönelik tutum ve davranışlarını öğrenmek bu araştırmanın temel amaçları arasında sayılabilir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın verileri, kolayda örneklemeye yöntemi ile Düzce Üniversitesinde çalışan akademik personelden yüz yüze yürütülen anket uygulaması ile elde edilmiştir. 2017 yılı itibariyle Düzce Üniversitesinde çalışan toplam akademik personel sayısı 1087'dir. Çalışmanın akademik dönemin ve derslerin devam ettiği bir zamanda yapılmış olması ve öğretim elemanlarının zaman zaman yerlerinde bulunamaması durumlarından dolayı yeterli sayıda örneklemeye ulaşılamamıştır. Aşağıdaki tabloda seçilen ana kütlenin unvanlara göre dağılımı gösterilmektedir. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak bir anket formu geliştirilmiştir. Bu anket formunun geliştirilmesinde tüketicilerle yapılan görüşmeler ve konu üzerine çalışan akademisyenlerden alınan görüş ve öneriler etkili olmuştur. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde katılımcıların bu ürünleri kullanım şekillerini belirlemeye yönelik üç soruya cevap vermeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise beşli Likert tipinin kullanıldığı ve katılımcıların bu değerlere yönelik düşüncelerini belirlemeye yönelik yirmi dört soru sorulmuştur. Katılımcıların 1'den 5'e doğru olarak kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum arasındaki beş seçenekten birini seçmeleri istenmiştir. Anket formunun şekilsel ve içerik olarak değerlendirmek için bir ön test uygulanmış sonuçların olumlu çıkması üzerine veri toplama sürecine geçilmiştir. Bu çalışma 26 Ekim- 10 Kasım 2017 tarihleri arasında 15 günlük bir sürede gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Düzce Üniversitesi Akademik Personel Sayıları ve Unvan Dağılımı (2017)

| GENEL DAĞILIM | SAYI |
|---------------------|-------------|
| Prof. Dr. | 88 |
| Doç. Dr. | 73 |
| Yrd. Doç. Dr. | 321 |
| Öğretim Görevlisi | 159 |
| Okutman | 48 |
| Araştırma Görevlisi | 368 |
| Uzman | 30 |
| TOPLAM | 1087 |

5. Araştırmamanın Bulguları

Öncelikle araştırmaya katılanların demografik özelliklerine dair sonuçlar açıklanacaktır. Yaş, cinsiyet, medeni durum, hane halkı geliri, çalışılan fakülte ve unvanlara göre dağılımin nasıl gerçekleştiği Tablo 1'de gösterilmektedir. Tablo 2'de ise tıbbi ve aromatik bitkileri kullanım sıklığı, ne amaçla kullandıkları ve nerelerden satın aldıklarına dair bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | |
|-------------------|-------------------|---------|-------|
| | | | Yüzde |
| Yaş | 18-33 | 54 | 33,8 |
| | 34-49 | 100 | 62,5 |
| | 50 ve üzeri | 6 | 3,8 |
| Cinsiyet | Kadın | 66 | 41,3 |
| | Erkek | 94 | 58,8 |
| Medeni durum | Evli | 111 | 69,4 |
| | Bekâr | 49 | 30,6 |
| Hane halkı geliri | 3.000-4.500 | 31 | 19,4 |
| | 4.501-6.000 | 66 | 41,3 |
| | 6.001-7.500 | 15 | 9,4 |
| | 7.501-9.000 | 25 | 15,6 |
| | 9.001-15.000 | 23 | 14,4 |

Tablo 3. Çalışılan Birim ve Akademik Unvana İlişkin Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | Yüzde |
|-----------------|---------------------|---------|-------|
| Çalışılan Birim | Fakülte | 113 | 70,6 |
| | Yüksekokul | 28 | 17,5 |
| | MYO | 17 | 10,6 |
| | Enstitü | 1 | 0,6 |
| | Rektörlük | 1 | 0,6 |
| Akademik Unvan | Prof. Dr. | 7 | 4,4 |
| | Doç. Dr. | 13 | 8,1 |
| | Yrd. Doç. Dr. | 58 | 36,3 |
| | Arş.Gör/Arş.Gör.Dr | 34 | 21,3 |
| | Öğr.Gör./Öğr.Gör.Dr | 33 | 20,6 |
| Okutman | Okutman | 11 | 6,9 |
| | Uzman | 4 | 2,5 |

Çalışmaya katılanların çoğunuğunun 34-49 yaş arasında, fakültede yardımcı doçent olarak çalışan, evli, erkek ve 4.501-6.000 TL arası gelire sahip kişiler olduğu görülmektedir. Bu bakımdan Düzce Üniversitesi'nin akademik kadrosunun genç, dinamik ve cinsiyet bakımından hemen hemen eşit bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Çünkü kadınlar ve erkekler arasında yüzdelik olarak büyük bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 4: Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Kullanım Sıklıkları, Satın Alma Kanalları ve Tüketim Nedenlerine Yönelik Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | Yüzde |
|-------------------------------------|-------------------|---------|-------|
| Hangi sıklıkta kullanıyorsunuz | Sık sık | 18 | 11,3 |
| | Ara sıra | 69 | 43,1 |
| | Nadiren | 56 | 35,0 |
| | Hiç | 17 | 10,6 |
| Hangi kanallardan satın alıyorsunuz | Aktar | 88 | 55,0 |
| | Market | 23 | 14,4 |
| | Eczane | 18 | 11,3 |
| | İnternet | 8 | 5,0 |
| Diğer | | | |
| | Diğer | 6 | 3,8 |

| | | | |
|--|--------------------|----|------|
| Tıbbi ve aromatik bitkileri ne amaçla kullanıyorsunuz? | Hastalık tedavisi | 66 | 41,3 |
| | Rahatlama ve keyif | 43 | 26,9 |
| | Kozmetik | 7 | 4,4 |
| | Diyet/zayıflama | 18 | 11,3 |
| | Diğer | 9 | 5,6 |

Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım sıklığına baktığımızda ara sıra kullananların (%43,1) çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla nadiren kullanıyorum (%35), sık sık kullanıyorum (%11,3) diyenler takip etmektedir. Hiç kullanmıyorum diyenlerin oranı ise %10,6'dır. Satın alınan kanallara baktığımızda yarısından fazlasının bu bitkileri aktarlardan temin ettikleri görülmüştür. İkinci sırada marketler, üçüncü sırada eczaneler gelmektedir. Katılımcıların sadece %5'i internetten satın aldığılarını belirtmiştir. Tüketme nedenine ilişkin frekanslara baktığımızda ilk sırada hastalık tedavisi amacı gelmektedir. Bunu sırasıyla rahatlama ve keyif amacı, diyet için ve diğer seçenekleri takip etmektedir. Burada ilginç olan sonuç kozmetik amacıyla kullanımın diğer seçenekinden az olmasıdır. Katılımcılara tüketim nedeni olarak "diğer" seçenekin ne olduğunu yazmaları istendiğinde birçoğunun sağlığı koruma, önleyici tedavi, sağlıklı olduklarını düşündükleri için, metabolizmayı hızlandırdığı için, düzenleyici amaçlı tüketikleri görülmüştür. Bazları da yanık tedavisi için, bilimsel çalışma yapmak amacıyla tüketiklerini belirtmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Tıbbi ve Aromatik Bitkilere Yönelik Düşünceleri

| | Kesinlikle Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katılıyorum | | Kesinlikle Katılıyorum | | | |
|---|----------------------------|------|--------------|------|------------|------|-------------|------|---------------------------|------|------|-------|
| Tıbbi ve Aromatik Bitkilere Yönelik Görüş ve Düşünceler | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Ort | Ss |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkiler genel olarak sağlığa faydalı olduğunu düşünüyorum. | 2 | 1,3 | 6 | 3,8 | 16 | 10,0 | 97 | 60,6 | 39 | 24,4 | 4,03 | 0,780 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkiler kozmetik açısından faydalı olduğunu düşünüyorum. | 3 | 1,9 | 12 | 7,5 | 45 | 28,1 | 79 | 49,4 | 21 | 13,1 | 3,64 | 0,871 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin keyif verici ve rahatlatıcı faydası olduğunu düşünüyorum | 2 | 1,3 | 7 | 4,4 | 29 | 18,1 | 80 | 50,0 | 42 | 26,3 | 3,95 | 0,856 |
| Faydalı olduğunu düşündüğüm Tıbbi ve Aromatik Bitkileri çevreme tavsiye ederim. | 6 | 3,8 | 14 | 8,8 | 34 | 21,3 | 73 | 45,6 | 33 | 20,6 | 3,70 | 1,013 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkileri araştırmak için ilgili kitaplar okurum. | 25 | 15,6 | 47 | 29,4 | 35 | 21,9 | 38 | 23,8 | 15 | 9,4 | 2,81 | 1,227 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkileri araştırmak için internet kaynaklarından yararlanırı. | 14 | 8,8 | 19 | 11,9 | 22 | 13,8 | 70 | 43,8 | 35 | 21,9 | 3,58 | 1,205 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili arkadaşlarının tavsiyelerini dikkate alırı. | 8 | 5,0 | 14 | 8,8 | 31 | 19,4 | 78 | 48,8 | 29 | 18,1 | 3,66 | 1,033 |
| Tıbbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili aile üyelerimin tavsiyelerini dikkate alırı. | 9 | 5,6 | 8 | 5,0 | 19 | 11,9 | 87 | 54,4 | 37 | 23,1 | 3,84 | 1,018 |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|-------------|-------|
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili tıp doktorlarının tavsiyelerini dikkate alırım. | 5 | 3,1 | 5 | 3,1 | 13 | 8,1 | 74 | 46,3 | 63 | 39,4 | 4,15 | 0,928 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili televizyonlarda seyrettiğim programlar etkilidir. | 29 | 18,1 | 35 | 21,9 | 43 | 26,9 | 43 | 26,9 | 10 | 6,3 | 2,81 | 1,198 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili bu ürünleri satanların tavsiyelerini alırım | 15 | 9,4 | 34 | 21,3 | 47 | 29,4 | 47 | 29,4 | 17 | 10,6 | 3,10 | 1,141 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkiler satın aldığım yerleri güvenilir bulmam gereklidir. | 7 | 4,4 | 4 | 2,5 | 3 | 1,9 | 64 | 40,0 | 82 | 51,2 | 4,31 | 0,966 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkiler satın aldığım yerdeki çalışanları güvenilir bulmam gereklidir. | 6 | 3,8 | 8 | 5,0 | 9 | 5,6 | 64 | 40,0 | 73 | 45,6 | 4,18 | 1,010 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerin tadı ve lezzeti o ürünü tüketmemde etkilidir. | 5 | 3,1 | 13 | 8,1 | 23 | 14,4 | 73 | 45,6 | 46 | 28,7 | 3,88 | 1,015 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerin fiyatı o ürünü satın almayı etkiler. | 12 | 7,5 | 30 | 18,8 | 30 | 18,8 | 65 | 40,6 | 23 | 14,4 | 3,35 | 1,162 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkileri satın almadan önce piyasa fiyat araştırması yaparım. | 16 | 10,0 | 27 | 16,9 | 42 | 26,3 | 56 | 35,0 | 19 | 11,9 | 3,21 | 1,163 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkileri genellikle aynı yerden satın alırım. | 9 | 5,6 | 26 | 16,3 | 35 | 21,9 | 61 | 38,1 | 29 | 18,1 | 3,46 | 1,132 |
| İnternet üzerinden en az bir kez Tibbi ve Aromatik Bitki siparişi verdim. | 74 | 46,3 | 40 | 25,0 | 10 | 6,3 | 18 | 11,3 | 18 | 11,3 | 2,16 | 1,404 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili bilgilendirici toplantı, seminer ve konferanslara katılırlım | 51 | 31,9 | 52 | 32,5 | 30 | 18,8 | 21 | 13,1 | 6 | 3,8 | 2,24 | 1,147 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|------|-------|
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerin üretiminin yaygınlaştırılmasını ve bu konuda devletin teşvik edici programlar uygulamasını isterim | 9 | 5,6 | 9 | 5,6 | 45 | 28,1 | 64 | 40,0 | 33 | 20,6 | 3,64 | 1,048 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkilerin daha az yan etkileri olduğunu düşünüyorum | 6 | 3,8 | 10 | 6,3 | 49 | 30,6 | 67 | 41,9 | 28 | 17,5 | 3,63 | 0,968 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkileri daha çok kış aylarında tüketirim – satın alırım | 6 | 3,8 | 15 | 9,4 | 25 | 15,6 | 80 | 50,0 | 34 | 21,3 | 3,75 | 1,014 |
| Tibbi ve Aromatik Bitkileri daha çok yaz aylarında tüketirim – satın alırım | 21 | 13,1 | 67 | 41,9 | 49 | 30,6 | 17 | 10,6 | 6 | 3,8 | 2,50 | 0,977 |
| Kafe, çay bahçesi gibi yerlere gittiğimde içecek olarak genellikle bu tür bitkilerden elde edilmiş içecekler sipariş ederim | 26 | 16,3 | 56 | 35,0 | 43 | 26,9 | 30 | 18,8 | 5 | 3,1 | 2,57 | 1,067 |

Ankette yer alan tibbi ve aromatik bitkilere yönelik ölçliğin Cronbach's Alpha Değeri 0,888 bulunmuştur. Bulunan bu değere göre, araştırmaya konu ölçme aracının, yüksek güvenirliğe sahip olduğu söylenebilir. Ölçekte yer alan soruları ortalamalarına bakıldığında en olumlu (katılıyorum + kesinlikle katılıyorum) cevaplarının verildiği ifadelerin, “satın aldığım yerleri güvenilir bulmam gereklidir”, “satın aldığım yerlerde çalışanları güvenilir bulmam gereklidir”, “tibbi ve aromatik bitkilerle ilgili tip doktorlarının tavsiyelerini dikkate alırım” ve “tibbi ve aromatik bitkiler genel olarak sağlığa faydalı olduğunu düşünüyorum” olduğu ortaya çıkmıştır. En az olumlu ifadelerin ise; “internet üzerinden en az bir kez tibbi ve aromatik bitki siparişi verdim”, “tibbi ve aromatik bitkilerle ilgili bilgilendirici toplantı, seminer ve konferanslara katılıyorum”, “tibbi ve aromatik bitkileri daha çok yaz aylarında tüketirim – satın alırım” ve “kafe, çay bahçesi gibi yerlere gittiğimde içecek olarak genellikle bu tür bitkilerden elde edilmiş içecekler sipariş ederim” olduğu görülmüştür.

Tablo 6. Demografik Faktörler ile Tibbi ve Aromatik Bitkileri Tüketme Nedeni Arasındaki İlişki

| Demografik değişken | Tüketme nedeniniz | | | | | P |
|---------------------|-------------------|--------------------|----------|-------|-------|-------|
| | Hastalık tedavisi | Rahatlama ve keyif | Kozmetik | Diyet | Diğer | |
| Kadın | 23 | 13 | 7 | 12 | 2 | 0,001 |
| Erkek | 43 | 30 | 0 | 6 | 7 | |

Yukarıdaki tabloda cinsiyet değişkeni ile tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketim nedeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,005$). Buna göre kadınlar ve erkekler öncelikli olarak hastalık tedavisi için bu bitkileri kullanılsa da, kadınlar bunun yanı sıra rahatlama ve keyif amaçlı, kozmetik ve diyet amaçlı olarak ta kullanabilmektedir. Erkekler ise daha çok rahatlama ve keyif amaçlı bu bitkileri kullanmaktadır. Kozmetik amaçlı kullanım erkeklerde sıfır olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyet değişkeni dışında diğer değişkenler (yaş, gelir ve medeni durum) ile tüketme nedeni arasında bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 7. Demografik Faktörlerle Kullanım Sıklığı Arasındaki İlişki

| Demografik değişken | Kullanım sıklığınız | | | | P |
|---------------------|---------------------|----------|---------|-----|-------|
| | Sık sık | Ara sıra | Nadiren | Hiç | |
| Kadın | 10 | 34 | 13 | 9 | 0,008 |
| Erkek | 8 | 35 | 43 | 8 | |

Katılımcıların kullanım sıklığı cinsiyetlerine göre değişmektedir ve cinsiyet ile aromatik bitkileri kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre kadınlar tıbbi ve aromatik bitkileri ara sıra kullanırken, erkekler çok daha az (nadiren) kullanmaktadır. Diğer demografik değişkenler (yaş, gelir ve medeni durum) ile tıbbi ve aromatik bitkileri kullanım sıklığı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin satın alıldığı yerler ile demografik faktörler arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan ki-kare analizinde ise yalnızca gelire göre farklılaştiği görülmüştür ($p=0,013$). Buna göre gelir arttıkça

tıbbi ve aromatik bitkiler yalnızca aktarlardan değil diğer satış kanalları olan eczane ve internetten de alınabilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Anketin uygulandığı ana kütle ve o ana kütleden seçilen örneklemeye bakıldığına demografik özellikler bakımından genç, evli, erkek, akademik olarak yolun başında olan ve 3000-6000 TL geliri olan kişilerden oluşturduğu görülmektedir. Kullanım sıklığına bakıldığına ara sıra kullanıyorum ve nadiren kullanıyorum seçeneklerinin ilk iki sırada olduğu görülmektedir. Sık sık kullanıyorum diyenlerin oranı oldukça azdır. Hatta hiç kullanmıyorum diyenlerin yüzdesi sık sık kullanıyorum diyenlerin yüzdesine oldukça yakındır. Tibbi ve aromatik bitkilerin nerelerden satın alındığına ilişkin soruya ilk sırada “aktar” cevabı verilmiştir. Internetten satın alma yüzdesi çok düşüktür. Tüketme nedenine bakıldığına katılımcıların çoğunluğu “hastalık tedavisi” için kullandıklarını belirtmiştir. Sonrasında keyif ve rahatlama amacı gelmektedir. Diğer seçenekleri işaretleyenler (metabolizma hızlandırıcı, önleyici tedavi amacıyla, sağlığı koruma amacıyla, yanık tedavisi amacıyla ve bilimsel çalışma amaçlı vs.) kozmetik amaçlı kullananların yüzdesinden fazladır. Ölçekte yer alan hangi sorulara en az katılım düzeyi olduğuna bakıldığına genellikle, internet üzerinden sipariş verme alışkanlığının olmadığı, yaz aylarında olan tüketimin azaldığı, kafe, çay bahçesi gibi mekânlara gidildiğinde bu bitkilerden sipariş verilmediği görülmektedir. Araştırma sonuçları kapsamında verilebilecek tavsiye ve öneriler sunlar olabilir:

- Tibbi ve aromatik bitkileri üreten, pazarlayan kişi ve kurumların aktar dışında farklı ve çok çeşitte dağıtım kanallarını kullanmaları ve tüketicilerin bu yerlere güvenmesini sağlamaları önerilebilir.
- Tibbi ve aromatik bitkilerin yalnızca grip, nezle, soğuk algınlığı, halsizlik gibi hastalık tedavisi amacıyla değil, başka amaçlarla da kullanılabileceğine ilişkin bilgilendirici faaliyetlerde bulunmaları önerilebilir. Zira araştırma sonucunda tüketme nedeniniz nedir sorusunda “diğer” seçenekti kozmetik seçenekinden daha fazla çıkmıştır.
- Kozmetik sektöründe kullanımın yaygınlaştırılması ve insanların tıbbi ve aromatik bitkilerden elde edilmiş krem, şampuan, vücut losyonu, sabun ve diğer ürünlerin daha çok tercih etmeleri için uygun pazarlama karması oluşturmaları önerilebilir.

- Türkiye'deki kafe, çay bahçesi, restoran gibi mekânlarda içecek olan bu bitkilerden elde edilmiş olan ürünleri sipariş vermeleri için garson, şef garson, restoran ve kafe işletmecileri ile iletişim kurularak, uygun stratejiler geliştirmeleri önerilebilir.
- Tibbi ve aromatik bitkilerden elde edilen ürünlerin faydalarını, sağlığa olan katkılarını anlatmak için çok daha fazla sayıda bilgilendirici ve bilinç oluşturan toplantılar, seminerler, köylü ve çiftçi buluşmaları, sempozyumlar düzenlenmeli ve toplum doğanın sunduğu bu bitkilerin yararları konusunda bilgilendirilmeli. Bunun için halk sağlığı merkezleri ile belediye, valilik, kaymakamlık ve STK'lar ile ortak işbirliğine girişimleri önerilebilir.
- Internetten satın alma alışkanlığının az olduğu, en sık satın alınan yerlerin aktarlar olduğu araştırma sonucunda görülmüştür. Bunun için aktarların sanal market uygulamalarıyla daha çok satış yapabilecekleri, daha çok sayıda insana ulaşabilecekleri düşüncesinden hareketle kendilerine birer online mağaza/site kurmaları önerilebilir.
- Satın alınan yerlerin ve o yerlerde çalışan kişilerin güvenilirliği konusunda eğitici çalışmalarında bulunulması önerilebilir. Çünkü hangi dağıtım kanalı olursa olsun (aktar, market, eczane vs.) çalışan personelin bilgi eksikliği, gelen müşterilerin sorununu çözebilecek uygun bitkinin veya bitki karışımının önerilememesi, temizlik ve düzen konusundaki eksiklikler müşterilerin güvenini olumsuz etkileyeyecek ve satın almama davranışını ile sonuçlanabilecektir.

KAYNAKÇA

Yıldız, G., Yüksek T., Şekeroğlu, N. (2010). Rize ili orman ve kıyı köylülerinin kalkındırılmasında tibbi ve aromatik bitkilerin önemi (1176). III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 20-22 Mayıs 2010.

Arslan, N., Baydar H., Kızıl S., Karık Ü., Şekeroğlu, N., Gümüşçü, A., (2015). Tibbi aromatik bitkiler üretiminde değişimler ve yeni arayışlar (502), Türkiye Ziraat Mühendisliği VIII. Teknik Kongresi, 12-16 Ocak 2015.

Korkmaz, M., Fakir, H. (2009). Odun dışı bitkisel Orman Ürünlerine İlişkin Nihai Tüketicilerin Özelliklerinin Belirlenmesi (İsparta İline Yönelik Bir Araştırma). Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi. S. 2, 11.

Anyinam, C. (1995). Ecology and ethno-medicine: Exploring links between current environmental crisis and indigenous medical practices, Social Science&Medicine, 40, 325.

Sadıkoğlu, N. (1998), Cumhuriyet Dönemi Türk Etnobotanik Araştırmalar Arşivi (1-2), İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Odabaşı, Y., Barış, G. (2010), Tüketicilerin Davranışı. Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., 357 s.

Kaya, İ. (2004), Muhterem müşterimiz, Babıali Kültür Yayıncılık, 195 s.

Erdoğan, B. Z. (2009), Pazarlama: Küresel Krizin Suçlusunu mu, Kurtarıcısı mı?, Tüketicili ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, C. 1, S. 1, 50 s.

Blackwell, R. D., P. W. Miniard, J. F. Engel (2006), Consumer Behavior, USA: Thomson Higher Education, 84 s.

Cemalcılar, İ. (1988), Pazarlama, Şahin M. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 72, 94-99 s.

Grönroos, C. (2010), Service Management and Marketing, England: John Wiley&Sons, Ltd., 267 s.

Koçtürk, O. M., Kalafatçılar, Ö. A., Özbilgin N., Atabay, Ö. (2009), Türkiye'de Bitkisel İlaçlara Bakış, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 46 (3), ss: 209-214

Adığuzel, F., Kızılaslan, N. (2016), İstanbul ilinde tıbbi, aromatik ve baharat bitkileri satışı yapan aktarların yapısal özellikleri ve mevzuatlarındaki görüşleri, Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi (31) ss: 40-59

Kılıçhan, R., Çalhan, H. (2015), Mutfakların sıhri baharat: kayseri ilinde baharat tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik bir çalışma, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3 (2), ss: 40-47

Karık, Ü., Öztürk, M. (2009), Türkiye dış ticaretinde tıbbi ve aromatik bitkiler, Bahçe Dergisi, 38 (2), ss: 21-31

Parlak, H., Gül, M., Öktem, H. (2015), Burdur ilinde rezene üretiminde pazarlama yapısı ve sorunları, Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 20 (2), ss: 7-16

Gül, A., Çelik, A. D. (2016), Tıbbi ve aromatik bitki yetiştirciliği ve dış ticareti: Hatay ili örneği, Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 21(2), ss: 227-235

Komut, O., A. Öztürk (2010), Gümüşhane yöresinde odun dışı orman ürünleri işletmeciliği: Mevcut durum, sorunlar ve öneriler, (1167-1175), III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 20-22 Mayıs 2010.

Şafak, İ., Okan, T. (2004), Kekik, defne ve çam fistığının üretimi ve pazarlaması, DOA Dergisi, S. 10, 101-129 s.

Tulukcu, E., Sağdıç, O. (2011), Konya'da aktarlarda satılan tıbbi bitkiler ve kullanılan kısımları, Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, V. 27, S. 4, 304-308 s.

Bilgin, F., Şafak, İ., Kiracıoğlu, Ö. (2005), Ege bölgesinde defne üreticiliğinin sosyo-ekonomik önemi ve üretici profilinin belirlenmesi, T.C. Çevre Ve Orman Bakanlığı Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü Teknik Bülten No: 28, 10 s.

Faydaoglu, E., Sürücüoğlu, M. S. (2011), Geçmişten günümüze tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılması ve ekonomik önemi, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 11 (1), 52-67 s.

Demirçivi, B. M., Altaş, A. (2016), Üniversite öğrencilerinin baharatlara ilişkin bilgileri ve tüketim tercihleri: Aksaray Üniversitesinde bir uygulama, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4 (4), ss: 88-112

Kuipers, S. E., (2003), Trade in medicinal plants, (Ed. Bodeker, G., Bhat, K.K.S., Burley, J., Vantomme, P., Medicinal plants for forest conservation and health care), Food And Agriculture Organization of The United Nations, Rome, Italy, 45-60 s.

Lange, D. (2004), Medicinal and aromatic plants: trade, production, and management of botanical resources. Acta Horti culturae, 629, 177-197 s.

Mafimisebi, T., Oguntade, A., Ajibefun, I., Mafimisebi, O., Ikuemonisan, E. (2013), The expanding market for herbal, medicinal and aromatic plants in Nigeria and the international scene, Medicinal & Aromatic Plants, 2 (6), ss: 1-9

Kayış, Aliye (2009), Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis), (SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ed. Kalaycı Ş., Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti.

Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri ve Alışveriş Merkezlerinden Bekledikleri Özellikler Onların Alışverişe Yönelik Tutum ve Davranışlarına Göre Değişiyor mu? Düzce İli Krem Park Örneği

Yıldırım YILDIRIM¹⁷,Aziz YURTTAŞ¹⁸

Özet

Alışveriş merkezleri günümüz modern dünyanın en temel ticari yerleri olarak değerlendirilebilir. Türkiye'nin 57 ilinde yer alan ve yaklaşık 385 bin kişinin çatıldığı alışveriş merkezlerinin ziyaretçi sayısı endeksine baktığımızda 2017 yılında bir önceki yıla göre %6'lık, ciroda ise %7,1'lik bir artış olduğu gözlenmiştir. Gerek sağladığı istihdam olanakları, gerekse de tüketicileri cezbetme ve onlara yepen bir alışveriş deneyimi sunma konusunda ki kabiliyeti AVM'leri sosyal yaşamın doğal bir parçası haline getirmiştir. Bazı alışveriş merkezlerinin kapısından içeri giren kişi sayısının Türkiye'deki bazı şehirlerin nüfuslarından fazla olması bu yerlerin ticari anlamda ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir. Hem alışverişe yönelik faaliyetlerin hem de alışveriş dışı etkinliklerin bir arada bulunuyor olması, toplumun bütün katmanlarından çok çeşitlilikte geniş bir tüketici kitlesini kendisine çekmesine neden olmakta ve geçirilen boş zaman faaliyetleri içinde giderek etkisini ve süresini artırmaktadır. Tüketiciler önceleri bakkalları ve küçük marketleri tercih ederken daha sonraları süpermarketleri, hipermarketleri ve alışveriş merkezlerini tercih etmeye başlamışlardır. Bu araştırma sonucunda tüketicilerin alışverişe yönelik tutum ve davranışlarına göre alışveriş merkezlerinden beklenen özelliklerin değiştiği görülmüştür. Örneğin, yalnızca bir şeyler satın almak veya yalnızca yemek yemek için AVM'ye gelenlerin AVM'nin konum özelliğine daha çok dikkat ettiği görülmüştür. Bütün gruplar içerisinde AVM'lerin dış görünüşüne ve düzenlenen etkinliklere en çok önem verenlerin kendini alışveriş çوغunu olarak tanımlayan kişiler olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alışveriş merkezleri, Tutum ve davranışlar, demografik özellikler

JEL Kodu: M3, M30, M31

17 Yrd.Doç.Dr., Düzce Üniversitesi Akçakoca T.İ.O.Y.O., yildirimi.yildirim@duzce.edu.tr

18 Doktora Öğrencisi, İnönü Üniversitesi SBE, aziz.yurttas_1217@outlook.com

Demographics of Visitors and the Expected Features of the Shopping Centers: Are They Changing According to Their Attitudes Toward Shopping? Krem Park in Düzce City

Abstract

Shopping centers can be considered as one of the most basic commercial places of the modern world today. When we look at the visitor number index of shopping centers in 57 cities throughout Turkey, of which approximately 385,000 have worked, it was observed in 2017 that there was a 6% increase compared to the previous year, and a 7.1% increase in turnover. The employment opportunities provided had something to do with it, as well as the ability to attract consumers and offer them a brand new experience, have made AVMs a natural part of social life. The fact that the number of inhabitants of some shopping centers exceeds the number of cities in Turkey shows us how important these places are in commercial terms. The combination of both shopping and non-shopping activities causes society to attract a wide variety of consumer masses from all levels, increasing its influence and duration in leisure time activities. Consumers preferred small grocery stores before, while supermarkets, hypermarkets, and shopping centers prefer the latter. As a result of this research, it has been seen that the characteristics expected from the shopping centers changed according to the attitudes and behaviors of the consumers towards shopping. For example, those who came to the shopping center only to buy something or eat only food seem to pay more attention to the shopping center's location feature. In all groups, the outward appearance of the shopping malls and the events that were held most importantly were the ones who defined themselves as crazy shopping. A meaningful relationship was also found between the educational level and the purpose of coming to the shopping mall.

Keywords: Shopping centers, attitudes and behaviors, demographic characteristics

JEL Code: M3, M30, M31

GİRİŞ

Alışveriş merkezleri günümüz modern dünyanın en temel ticari yerleri olarak değerlendirilebilir. Türkiye'nin 57 ilinde yer alan ve yaklaşık 385 bin kişinin çalıdığı alışveriş merkezlerinin ziyaretçi sayısı endeksine baktığımızda 2017 yılında bir önceki yıla göre %6'lık, ciroda ise %7,1'lük bir artış olduğu gözlenmiştir (www.

ayd.org.tr). Gerek sağladığı istihdam olanakları, gerekse de tüketicileri cezbetme ve onlara yepyeni bir alışveriş deneyimi sunma konusunda ki kabiliyeti AVM'leri sosyal yaşamın doğal bir parçası haline getirmiştir. Bazı alışveriş merkezlerinin kapısından içeri giren kişi sayısının Türkiye'deki bazı şehirlerin nüfuslarından fazla olması bu yerlerin ticari anlamda ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir. Hem alışverişe yönelik faaliyetlerin hem de alışveriş dışı etkinliklerin bir arada bulunuyor olması, toplumun bütün katmanlarından çok çeşitlilikte geniş bir tüketici kitleşini kendisine çekmesine neden olmakta ve geçirilen boş zaman faaliyetleri içinde giderek etkisini ve süresini artırmaktadır. Tüketiciler önceleri bakkalları ve küçük marketleri tercih ederken daha sonraları süpermarketleri, hipermarketleri ve alışveriş merkezlerini tercih etmeye başlamışlardır.

Alışveriş merkezlerinin birer yaşam tarzı göstergesi ve tüketimin mekânsal izdüşümleri olduğu görüşü literatürde yaygındır. Bu, farklı özelliklerdeki tüketicilerin her birinin alışveriş merkezinde kendilerine hitap edecek birer aktivite bulabilecekleri anlamına gelmektedir. Bazı çalışmalarında AVM'lerin "minyatür kent merkezleri" olduğu vurgulanmakta veya birer kentsel merkez taklıdı oldukları iddia edilmektedir. Sahip oldukları güvenlikli, iyi aydınlatılmış ve iklimlendirilmiş ortamları, ticari işlevlerinin yanı sıra sosyal hayatın bir parçası olan sinema, tiyatro, konser, çocuk oyun alanları gibi etkinlikleri de bünyelerine katmaları bu iddiaların yerinde olabileceği bizlere göstermektedir. Alışveriş merkezleri her ne kadar tüketicileri birçok özellikleriyle cezbetse de tarihsel kimlik, kültürel miras, turizm, ekonomik dezavantajlar ve çevreci yaklaşımlarla eleştirildiğini de görmekteyiz. Alışveriş merkezlerinin şehir içinde yapılanması ve kötü bir mimariye sahip olması kentin kültürel mirasına uymadığı gibi, esnaf ve sanatkârlar ile ekonominin can damarı sayılabilenek bazı iş kollarının tamamen tükenmesine de yol açmaktadır. Ayrıca ekonomik açıdan AVM'lerin kişinin harcama düzeyini de olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir. Kredi kartı harcamalarından dolayı kişinin yüksek faizle borçlandığı ve alışveriş merkezlerinin konumlandığı civarda yer alan dükkan ve konut fiyatlarının arttığı vurgulanmaktadır. Kentin tarihi ve kültürel mirasına uymayan alışveriş merkezlerinin tek tip ve sıradan olması dolayısıyla hiçbir turistik değerinin olmadığı, estetik değeri olmayan bu yapıların kentlerin mutfağ kültürüne de zarar verdiği yönünde açıklamalar bulunmaktadır. Turistin kente has yöresel bir lezzeti çarşı-pazarda veya nezih bir tarihi mekânda tüketmek yerine alışveriş merkezinde yemesinin fark oluşturabileceği söylenmektedir. Ayrıca psikoloji alanında da ele alınan AVM'ler kişinin yalnızlıklarını paylaşmak için gittikleri mekânlarda daha çok yalnızlaştığını ve

kapalı, havasız alışveriş merkezlerinin kişiyi daha çok bunalıma sokarak, kişide tecrit edilmiş duygusunun yerleşmesine neden olduğu yönünde eleştirilmektedir.

1. TEORİK ÇERÇEVE

Alışveriş merkezleri ve onlarla ilgili yapılan araştırmalar giderek popülerliğini ve sayıca ağırlığını artırmaktadır. Hemen hemen her bilim dalı (peyzaj mimarlığı, iç mimari ve dekorasyon, inşaat mühendisliği, hemşirelik, istatistik, halkla ilişkiler, şehircilik ve bölge planlama, coğrafya, maliye, beslenme ve diyetetik vs.) alışveriş merkezleri ile ilgilenmekte ve bu mekânları kendi araştırma alanlarına göre ele alıp değerlendirmektedir. Özellikle işletme ve sosyoloji alanlarında alışveriş merkezleri sıkça lisansüstü tezlere konu edilmektedir. Bunun sebebi hem Türkiye'de hem de dünyada alışveriş merkezlerinin birer tüketim cazibe noktası olmasının ötesinde birer sosyal ve kültürel mekânlar olarak algılanmasıdır. Hatta buraları yarı kamusal alan olarak betimlenmektedir (Şentürk, 2012: 70; Verdil, 2007: 41; Eken, 2008: 72; Üstün ve Tatal, 2008: 261; Tekel, 2009: 145; Aydoğan, 2011: 119). Tüketiciler alışveriş yapısın veya yapmasın AVM'lere çeşitli nedenlerle gelmekte ve burada vakitlerini geçirmektedirler (Köksal ve Aydın, 2015: 234). Ancak alışveriş merkezi seçimi kararında tüketiciler, alternatifler arasından kendileri için en uygun olanı seçerken birden çok kriteri göz önüne almaktır ve bu kriterlere farklı düzeylerde önem vermektedirler. Alternatifler arasından tüketici için en yüksek değere sahip olduğu düşünülen AVM tercih edilmektedir (Çakmak, 2012: 198). Bazı tüketiciler bir alışveriş merkezinin dış görünüşüne önem verirken, bazıları AVM içerisinde yer alan mağaza çeşitliliğini önemsemektedir. Bazıları alışveriş merkezinin imajını/popülerliğini dikkate alırken, bazıları ise gideceği alışveriş merkezinde bolca indirim yapılmasını veya etkinlik/canlılık açısından hareketli ve sosyallığına katkısı olabilecek AVM'yi tercih etmektedir. Dolayısıyla tüketicilerin alışveriş merkezlerini tercih nedenlerinin birbirinden farklı olduğu söylenebilir (Akat, Taşkın ve Özdemir, 2016: 21; Yaraş, Özbük ve Göncü, 2016: 274). Bu farklı beklentiler tüketicilerin yaşam tarzına, değerlerine ve tutum ve davranışlarına göre değişebilmektedir. Alışveriş bir eğlence, sosyal aktivite olarak gören ve alışverişle zaman geçirmekten hoşlanan, eğlenen müşteri de olabilir (Dinçer ve Dinçer, 2011: 319; Çakmak, 2012: 198), alışveriş bir görev olarak tanımlayan müşteri de. Bu onun sahip olduğu tutum ve davranışılara veya demografik özelliklerine göre farklılık gösterebilir. Bu bağlamda çalışmada varsayılan hipotezlerden biride aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

H_1 : Tüketicilerin alışveriş merkezlerinden bekledikleri özellikler, onların tutum ve davranışlarına göre farklılık göstermektedir.

Alışveriş merkezine hangi amaçla gelindiğiaslında o alışveriş merkezinden beklenen özellikleri de etkilemektedir. Alışveriş ve gezmek amacıyla gelen bir tüketicinin alışveriş merkezinden beklediği ile AVM'ye yemek yemek veya bir yarışma/ çekilişe katılmak, indirimli ürünlerden yararlanmak amacıyla gelen tüketicinin o alışveriş merkezinden beklediği özellikler aynı olmayacağı (Bloch vd., 1991: 446; Şentürk, 2012: 71). Tüketiciler farklı duygularla ve farklı amaçlarla alışveriş merkezlerine gelmektedir. Birçok araştırmada alışveriş merkezlerine gitme amacının gezmek, alışveriş yapmak, dinlenmek, eğlenmek, vitrinlere bakmak, yemek yemek, boş zamanı değerlendirmek, arkadaşlar ve aile üyeleriyle sosyalleşmek, yeni insanlarla karşılaşmak olduğu belirtilmektedir (Şentürk, 2012: 63; Verdil, 2007: 36; Akat, Taşkın ve Özdemir, 2016: 22; Yılmaz ve Karaman, 2012: 407; Kim, 2002: 601). Bu nedenle alışveriş merkezleri şehir merkezinde yer almaları, geniş bir ürün çeşitliliğine sahip olması, tüm seçenekleri bir arada sunması, güvenli olması, otoparkının bulunması, girişinin ücretsiz olması ve aşırı soğuk ya da sıcak gibi hava koşullarından etkilenmeden tüketicilere rahat ve konforlu alışveriş yapma imkanı sunması yönüyle beğenilmektedir (Erdem vd., 2010: 82; Arkalan, 2012: 84; Şenel, 2014: 111; Köksal ve Aydın, 2015: 244). Bu açıklamalar ışığında çalışmada varsayılan bir başka hipotez aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

$H_{1.1}$: Tüketicilerin alışveriş merkezlerinden beklediği özellikler, AVM'lere gelme amacına göre farklılaşmaktadır.

Günümüzdeki insana “sizi mutlu eden şey nedir?” diye bir soru sorulduğunda “arzu ettiğimiz her şeyi alabilmek” cevabı verilmektedir (Şentürk, 2012: 67-68). Hazır tüketimin gerçekleştiği ve ürünlerin rasyonel faydalarından uzaklaşıp birer göstergе ve sembole dönüşüгü yerlerin başında gelen alışveriş merkezleri, yaşam tarzının en bariz olarak uygulandığı yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Nasıl ki ürünlerin ifade ettiği fonksiyonlar kişinin değerlerine ve yaşam tarzına göre farklılık gösteriyor ve birçok farklı anlama bürünyorsa (Kahle, 1986: 44) alışveriş merkezine gitme veya gitmemeye sebebi de birçok farklı değer temelli özelliğe ve yaşam tarzına dayanabilir (Mert, 2015: 126). Bu sebeple AVM'lere fonksiyonel ve fonksiyonel olmayan güdüllerle giden tüketiciler olabilir ve bunlar farklı beklenilere sahiptir. Bir ürününden haz – mutluluk – bekleyen tüketicinin alışveriş merkezinden bekleyeceği özellikler elbette ki bir ürünü rasyonel sebeplerle satın

alan tüketicinin beklentilerinden farklı olacaktır. Veya kendini alışveriş çılgını olarak tanımlayan bir tüketicinin alışveriş merkezi seçerken önem verdiği kriter, ihtiyaçına göre satın alan tüketicinin önem verdiği kriterden farklı olacaktır (Babin vd., 1994; Tsang vd., 2003; Farrag vd., 2010). Sayıları giderek artan alışveriş merkezleri karlılıklarını ve ziyaretçi sayılarını artırmak için potansiyel müşteri olan bireylerin alışveriş merkezleriyle ilgili tutumlarının şekillenmesinde etkin olan faktörleri analiz etmek, tanımlamak ve doğru şekilde yorumlamak zorundadır. Ancak bu şekilde uzun dönemde varlıklarını sürdürürebilir ve zor bulunur hale gelen tüketiciyi kendisine çekebilirler (İbicioğlu, 2005: 43). Bu bilgiler doğrultusunda çalışmada geliştirilen bir başka hipotez şu şekildedir.

$H_{1,2}$: Tüketicilerin alışveriş merkezlerinden beklediği özellikler, onların kendini tanımlama biçimlerine (alışveriş çılgını olma, ihtiyaça göre satın alma veya yalnızca gezip bakma) göre farklılaşmaktadır.

$H_{1,3}$: Tüketicilerin alışveriş merkezlerinden beklediği özellikler, onların bir ürünü satın alırken beklediği faydalara (hazıcı ve rasyonel) göre farklılaşmaktadır.

Alışveriş merkezleri her ne kadar toplumun her kesiminden insanı kendisine çekse de yapılan araştırmalar demografik özellikler itibarıyle tüketicilerin birbirlerinden farklılığını göstermekte ve hem satın alma (Akat, Taşkın ve Özdemir, 2012) hem de AVM'leri ziyaret etme sıklığı (Yıldırım ve Kethüda, 2017), orada kalış süreleri ve harcama miktarları (Erdem vd., 2010) bakımından farklılık gösterdiğine dair kanıtlar sunmaktadır. Ayrıca literatürde AVM'ye gelme amacının (İbicioğlu, 2005), AVM'de kalış süresinin ve orada harcanan paranın, AVM imajının nasıl değerlendirildiğinin (Erdem vd., 2010; Yaraş, Özbük ve Göncü, 2016) yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, medeni durum ve eğitim seviyesi gibi demografik faktörlere göre değiştiği yönünde bazı sonuçlar bulunmaktadır. Buna göre çalışmada geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir.

H_2 : Tüketicilerin alışverişe yönelik tutum ve davranışları, onların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Bu çalışmada tüketicilerin alışverişe yönelik tutum ve davranışları ile kastedilen ankette yer alan şu üç sorudur: "kendinizi alışveriş anlamında nasıl tanımlarsınız", "AVM'ye hangi amaçla gelirsiniz", "bir ürünü satın alırken çoğunlukla nasıl davranırsınız"

2. VERİ VE YÖNTEM

Araştırmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmış olup, 236 kişiyle görüşülmüştür. Çalışma Düzce ili Krem Park AVM'de sistematik örneklemeye yöntemine göre gerçekleştirilmiş ve alışveriş merkezinden çıkan her üç müşteriden üçüncüsüne anket uygulanmıştır. Toplamda üç bölümden oluşan anketin ilk bölümünde yaş, eğitim, gelir, medeni durum, cinsiyet, oturulan ev tipi ve ev sahipliği gibi demografik sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise tüketicilerin alışverişte kendilerini nasıl tanımladıkları, AVM'lere hangi amaçla geldikleri, bir ürünü satın alırken çoğunlukla nasıl davranışları, alışveriş yaparken hangi duyguları/hisleri hissettiğleri, alıcıları kimlerle birlikte ve nerelerden yaptıklarına dair sorular bulunmaktadır. Anketin son bölümünde ise literatürdeki bilgilerden yararlanılarak oluşturulan ve AVM özelliklerinin sorulduğu 21 soruluk Likert ölçeğine göre hazırlanmış ifadeler bulunmaktadır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular ortaya konacak ve bu sonuçlar yorumlanacaktır. İlk olarak katılımcıların demografik değişkenlerine ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımları verilecektir (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, medeni hal, oturulan ev tipi ve oturulan evin sahipliği). Sonrasında ise alışveriş merkezlerini ziyaret edenlerin tutum ve davranışlarına yönelik soruların frekans ve yüzde dağılımları verilecektir. Bunlar, kendinizi alışveriş anlamında nasıl tanımlarsınız, AVM'lere hangi amaçla gelirsiniz ve bir ürünü satın alırken ki davranışınız nasıldır sorularıdır. Bu üç sorunun hem demografik değişkenlerle hem de alışveriş merkezlerinden beklenen özellikler itibarıyle karşılaştırılması yapılacaktır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Durumu Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | Yüzde |
|-------------|-------------------|---------|-------|
| Yaş | 15-34 | 181 | 76,7 |
| | 35-54 | 48 | 20,3 |
| | 55 + | 7 | 3,0 |
| | Toplam | 236 | 100 |

| | | | |
|---------------|------------|-----|------|
| | Erkek | 121 | 51,3 |
| Cinsiyet | Bayan | 115 | 48,7 |
| | Toplam | 236 | 100 |
| Medeni durum | Evli | 68 | 28,8 |
| | Bekâr | 168 | 71,2 |
| | Toplam | 236 | 100 |
| Eğitim Durumu | İlköğretim | 38 | 16,1 |
| | Lise | 72 | 30,5 |
| | Üniversite | 126 | 53,4 |
| | Toplam | 236 | 100 |

Tablo 1 incelediğinde araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun (%76,7) 15-34 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 55 yaş ve üzeri kişilerin yüzdesi %3 olarak görülmektedir. Cinsiyet açısından kadınlar ve erkekler arasında dengeli bir dağılımin olduğunu görmekteyiz. Medeni durum değişkeni açısından bakıldığında evlilerin çoğu oluşturduğu görülmektedir. Bekârların oranı ise %28,8'dir. Eğitim bakımından en büyük yüzdeyi üniversite mezunları oluşturmaktadır (%53,4).

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Medeni Durum, Oturulan Ev Tipi ve Evin Sahipliği Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | Yüzde |
|-------------------------|-------------------|---------|-------|
| | | | |
| Oturulan Ev | Müstakil | 90 | 38,1 |
| | Apartman | 114 | 48,3 |
| | Site/ Villa | 32 | 13,6 |
| Tipi | Toplam | 236 | 100 |
| Oturulan Evin Sahipliği | Kendi Evim | 140 | 59,3 |
| | Kira | 96 | 40,7 |
| | Toplam | 236 | 100 |

Oturulan ev tipine göre alışveriş merkezlerini ziyaret edenlerin %48,3'ünün apartmanlarda, %38,1'inin müstakil evlerde ve %13,6'sının ise Site/Villa tipi evlerde oturduğu görülmektedir. Ev sahipliği durumuna bakıldığından nerdeyse %60'ının ev sahibi olduğunu, %40'ının ise kirada oturduğu görülmektedir. Kirada oturanlar ile ev sahibi olanlar arasında yüzdelik olarak büyük bir farkın olmadığı görülmektedir.

Tablo 3. Tüketicilerin Alışverişe Yönelik Tutum ve Davranışlarına İlişkin Frekans Dağılımları

| Değişkenler | Cevap Seçenekleri | Frekans | Yüzde |
|--|---|---------|-------|
| | | | |
| Alışverişte kendinizi nasıl tanımlarsınız | Alışveriş çılgınıym | 31 | 13,1 |
| | İhtiyacına göre satın alırım | 186 | 78,8 |
| | Yalnızca gezip bakarım | 19 | 8,1 |
| Toplam | | 236 | 100 |
| Bir ürünü satın alırken nasıl davranışınız | Rasyonel – akılcı | 85 | 36 |
| | Hazcı – duygularına göre | 63 | 26,7 |
| | Fiyatına ve türüne göre değişir | 88 | 37,3 |
| | Toplam | 236 | 100 |
| Bir şeyler satın almaya | | 61 | 25,8 |
| AVM'lere çoğunlukla ne amaçla gelirsiniz | Yalnızca yemek yemeye | 16 | 6,8 |
| | Yalnızca vitrinlere bakmaya | 9 | 3,8 |
| | Hem yemek yemek hem de vitrinlere bakmaya | 109 | 46,2 |
| | Boş zaman geçirmeye | 41 | 17,4 |
| | Toplam | 236 | 100 |

| | | | |
|--|-------------------------|-----|------|
| | Rahatlama hissi | 29 | 12,3 |
| Alışveriş yapmanın sizde uyandırdığı his nedir | Mutluluk hissi | 65 | 27,5 |
| | Korku hissi | 10 | 4,2 |
| | Zevk alma | 51 | 21,6 |
| | Statü artışı | 8 | 3,4 |
| | İyi vakit geçirme | 73 | 30,9 |
| | Toplam | 236 | 100 |
| Alışveriş genellikle kimlerle yaparsınız | Ailemle birlikte | 64 | 27,1 |
| | Arkadaşlarımla birlikte | 116 | 49,2 |
| | Tek başıma | 56 | 23,7 |
| | Toplam | 236 | 100 |

Bulgulara baktığımızda katılımcıların kendilerini ihtiyaçlarına göre satın alan kişiler olarak değerlendirdiklerini görmekteyiz. Daha sonra sırasıyla kendilerini alışveriş çılgını ve yalnızca gezip bakan kişiler olarak görmektedirler. Bir ürünü satın alırken çoğunlukla nasıl davranışınız sorusuna katılımcılar %37,3 ile ürünün fiyatına ve türüne göre değişim cevabını vermişlerdir. Rasyonel davranışların oranı %36 iken, hazzı (duygularına) göre satın alım yapanların oranı %26,7 olarak görülmektedir. Katılımcılar alışveriş yaparken en fazla iyi vakit geçirdiklerine dair hisse kapılmakta (%30,9), daha sonra sırasıyla mutluluk (%27,5), zevk alma (%21,6) ve rahatlama hisleri (%12,3) gelmektedir. En düşük yüzdede korku ve zevk alma hisleri sahiptir. Buna göre alışveriş yaparken parasının yetmeyeceğini veya alışveriş sonrası pişmanlık duyabileceği hissinden korkanların oldukça az olduğu görülmektedir. Katılımcıların neredeyse yarısı (%49,2) arkadaşlarıyla birlikte alışveriş yaptıklarını belirtmiştir. Daha sonra ise ailesiyle alışveriş yapmayı tercih edenler gelmektedir (%27,1). Tek başına yapanlar en düşük yüzdede sahiptir.

Tablo 4. Bir Ürünü Satın Alırken ki Davranışlarının Demografik Faktörlerle İlişkisi

| Değişkenler | | Bir ürünü satın alırken çoğunlukla nasıl davranışınız? | | | P |
|------------------|-------------------|--|-------------------------------|----|--------------|
| | Rasyonel-akılçılı | Hazcı-duygusal | Fiyata ve türüne göre değişir | | |
| Yaş | 15-34 | 55 | 58 | 68 | 0,003 |
| | 35-54 | 25 | 5 | 18 | |
| | 55 + | 5 | 0 | 2 | |
| | Toplam | 85 | 63 | 88 | |
| Eğitim Seviyesi | İlköğretim | 20 | 5 | 13 | 0,029 |
| | Lise | 23 | 16 | 33 | |
| | Üniversite | 42 | 42 | 42 | |
| | Toplam | 85 | 63 | 88 | |
| Medeni Durum | Evlî | 34 | 7 | 27 | 0,001 |
| | Bekâr | 51 | 56 | 61 | |
| | Toplam | 85 | 63 | 88 | |
| Oturulan Ev Tipi | Müstakil | 37 | 17 | 36 | 0,221 |
| | Apartman | 35 | 37 | 42 | |
| | Site/Villa | 13 | 9 | 10 | |
| | Toplam | 85 | 63 | 88 | |
| Cinsiyet | Erkek | 51 | 27 | 43 | 0,101 |
| | Bayan | 34 | 36 | 45 | |
| | Toplam | 85 | 63 | 88 | |

Yukarıdaki tabloda tüketicilerin bir ürünü satın alırken nasıl davranışlarının (rasyonel-mantıklı, hazırlı-keyif ve duygulara göre, ürünün fiyatına ve türüne göre değişken) demografik faktörlerle bir ilişkisi olup olmadığına bakılmıştır. Yapılan ki-kare analizi sonucunda bir ürünü satın alırken ki davranışların cinsiyete ve oturulan ev tipine göre değişmediği ancak yaşa, eğitim seviyesine ve medeni durumuna göre değiştiği gözlemlenmiştir. Tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışları yaşa göre değişiklik göstermektedir. Yaş ile ürün satın alırken nasıl davranışıldığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). 15-34 yaş arası tüketiciler, ürünün fiyatına ve türüne göre değişken davranış

sergilerken, 35-54 yaş arası kişiler ürün satın alırken daha çok rasyonel (faydacı) davranışmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde yaş arttıkça tüketicilerin ürün satın alırken rasyonel davranış eğilimleri de artmaktadır. Eğitim ile bir ürünü satın alırken ki davranış biçimleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre tüketicilerin ürün satın alırken ki davranışları eğitim seviyesine göre değişmektedir. Eğitim seviyesi düştükçe ürün satın alırken rasyonel (faydacı) davranış eğilimi artmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça tüketiciler satın alma davranışlarını ürünün fiyatına ve türüne göre belirlemektedir. Medeni durum ile bir ürünü satın alırken ki davranışlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre evliler bekârlara göre daha çok rasyonel satın alma yaparken, bekârlar da evlilere göre daha çok duygularına göre satın alım yapmaktadır. Oturulan ev tipi ve cinsiyet ile tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 5. AVM'lere Ne Amaçla Gelindiğinin Demografik Faktörlerle İlişkisi

| | | AVM'lere çoğunlukla ne amaçla gelirsiniz? | | | | P |
|-------------|------------|---|-----------------------------|--|---|-------|
| Değişkenler | | Yahniye yemek yemeye | Yahniye vitrinlere baktmaya | Hem bir şeyler yemek hemde vitrinlere bakınaya | Arkadaşlarını ailemle boş zaman geçirmeye | |
| Yaş | 15-34 | 42 | 14 | 6 | 87 | 32 |
| | 35-54 | 15 | 1 | 2 | 21 | 9 |
| | 55 + | 4 | 1 | 1 | 1 | 0,189 |
| | Toplam | 61 | 16 | 9 | 109 | 41 |
| Cinsiyet | Erkek | 39 | 9 | 6 | 46 | 21 |
| | Bayan | 22 | 7 | 3 | 63 | 20 |
| | Toplam | 61 | 16 | 9 | 109 | 41 |
| | İlköğretim | 14 | 5 | 0 | 13 | 6 |
| Eğitim | Lise | 18 | 0 | 1 | 33 | 20 |
| | Üniversite | 29 | 11 | 8 | 63 | 15 |
| Seviyesi | Toplam | 61 | 16 | 9 | 109 | 41 |
| | Medeni | Evli | 23 | 3 | 26 | 14 |
| | Bekâr | 38 | 13 | 7 | 83 | 27 |
| Durum | Toplam | 61 | 16 | 9 | 109 | 41 |
| | Müstakil | 29 | 4 | 1 | 43 | 13 |
| Oturan | Apartman | 21 | 11 | 6 | 56 | 20 |
| | Site/Villa | 11 | 1 | 2 | 10 | 8 |
| | Toplam | 61 | 16 | 9 | 109 | 41 |
| Ev Tipi | | | | | | |

Yukarıdaki tabloda tüketicilerin AVM'lere ne amaçla geldiğinin (Bir şeyler satın almak için, yalnızca yemek yemek için, yalnızca vitrinlere bakmak için, hem bir şeyler yemek için hem de vitrinlere bakmak için ve arkadaşlarımla/ailemle boş zamanımı keyifli geçirebilmek için- sosyalleşmek için) demografik faktörlerle bir ilişkisi olup olmadığına bakılmıştır. Yapılan ki-kare analizi sonucunda AVM'lere gelme amaçlarının sadece eğitim seviyesine göre değiştiği gözlemlenmiştir. Eğitim seviyesi ile alışveriş merkezine gelme amacı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre eğitim seviyesi arttıkça insanlar AVM'ye daha çok yemek yemek ve vitrinlere bakmak için gelmektedir. En çok lise düzeyinde-kiler boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla gelirken, ilköğretim seviyesindeki kişiler yalnızca bir şeyler satın almak için gelmektedir. Eğitim seviyesi arttıkça tüketiciler, AVM içerisinde daha çok vakit geçirmeyi istemekte ve yalnızca ürün satın almak için değil aynı zamanda yemek yemek, vitrinlere bakmak ve mağaza dolaşmak gibi eylemlerde bulunarak boş zamanlarını da değerlendirmek istemektedirler. Diğer değişkenler ile (yaş, cinsiyet, medeni durum, oturulan ev tipi) AVM'ye gelme amacı arasında bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Tablo 6. Alışveriş Anlamında Kendimizi Nasıl Tanımladığımızın Demografik Faktörlerle İlişkisi

| Değişkenler | Alışveriş anlamında kendinizi nasıl tanımlarsınız? | | | p |
|---------------------|--|--|-------------------------|--------------|
| | İhtiyaçımı göre satın alan birisiyim | Alışveriş anlamında kendinizi nasıl tanımlarsınız? | Yalnızca gezer, bakarım | |
| Alışveriş çılgınıym | 15-34 35-54 55 + | 28 3 0 | 138 43 5 | 15 2 2 |
| Yaş | Toplam | 31 | 186 | 0,064 |
| Cinsiyet | Erkek Bayan Toplam | 5 26 31 | 102 84 186 | 0,000 |
| Eğitim | İlköğretim Lise Üniversite Toplam | 2 8 21 31 | 33 58 95 186 | 0,441 |
| Durum | Medeni Evli Bekâr Toplam | 3 3 28 31 | 63 123 186 | 0,004 |
| Ev Tipi | Müstakil Apartman Site/Villa Toplam | 8 18 5 31 | 79 83 24 186 | 0,105 |

Yukarıdaki tabloda tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının (Alışveriş çılgınıym, ihtiyacına göre satın alan birisiyim ve yalnızca gezer, bakarım) demografik faktörlerle bir ilişkisi olup olmadığına bakılmıştır. Yapılan ki-kare analizi sonucunda yalnızca cinsiyet ve medeni durum değişkenleri ile alışverişte kendini tanımlama biçimini arasında anlamlı bir ilişki vardır. Diğer değişkenler ile alışverişte kendini tanımlama biçimini arasında bir ilişki bulunamamıştır. Medeni durum değişkeni ile alışverişte kendini tanımlama biçimini arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Tüketicilerin alışverişte kendilerini tanımlama biçimini medeni duruma göre değiştirmektedir. Evliler daha çok ihtiyaçlarına göre satın alım yaparken, bekârlar kendilerini alışveriş çılgını olarak tanımlamaktadır. Ayrıca bekârlar evlilere göre alışveriş esnasında çok daha fazla gezip, etraflarına bakmaktadır. Cinsiyet ile alışverişte kendini tanımlama biçimini arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre tüketicilerin kendilerini tanımlama biçimleri cinsiyete göre değiştirmektedir. Bayanlar erkeklerle göre çok daha fazla kendilerini “alışveriş çılgını” olarak tanımlamaktadır. Erkekler ise kendilerini ihtiyaça göre satın alan biri olarak görmektedirler.

Faktör Analizi

Alışveriş Merkezi Özellikleri Ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak için açıklayıcı (açmayıayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Faktör analizi uygulamasında Varimax dik döndürme yöntemi seçilmiştir. Faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı % 63,103 olan 5 faktör altında toplanmıştır. B9 ve B12 ifadeleri birden fazla faktöre yükleniği için analizden çıkarılmıştır. B7, B8 ve B16 ifadeleri ise Alfa değerini düşürdüğü için faktör analizine dahil edilmemiştir. Bu bağlamda ölçeğin genel güvenilriği 0,819 olduğundan dolayı kullanılan ölçünün geçerli ve güvenilir olduğunu söyleyebiliriz. Ölçege ait oluşan faktör yapısı aşağıda görülmektedir.

Tablo 7. Alışveriş Merkezi Özelliğinin Faktör Analizi

| Boyuṭ | Maddel | Faktör Yükü | Açıklanan Varyans | Cronbach's Alpha |
|--|--|-------------|-------------------|------------------|
| Dış Görünüş (Özdeğer=2,336) | B.2.Alışveriş merkezinin renkleri ve işçileri beni etkiler | 0,782 | | |
| | B.1.Alışveriş merkezinin atmosferi benim için önemlidir | 0,788 | | |
| | B.3.Alışveriş merkezinin canlı ve hareketli olmasının önemserim | 0,741 | | |
| | B.4.Alışveriş merkezinin dışından görünüşünün gösterişli olmasının istерим | 0,628 | | |
| | B.20.Alışveriş merkezinde kendimi dinlennmiş hissediyorum | 0,773 | | |
| | B.21.Alışveriş merkezinin yatırımcıları tarafından artırılmıştır | 0,669 | | |
| Sosyallik (Özdeğer=4,135) | B.19.Alışveriş merkezleri sosyalleşmek için ideal mekânlardır | 0,663 | 25,846 | 0,768 |
| | B.13.Her fırsat bulunduğuanda alışveriş merkezlerinde vakit geçirmir | 0,697 | | |
| | B.11.Alışveriş merkezine gitmek benim için yaşam tarzıdır | 0,654 | | |
| | B.5.Alışveriş merkezinin kolay ulaşılabilir olması benim için önemlidir | 0,818 | 7,374 | 0,732 |
| | B.6.Alışveriş merkezinin oturduğum yere yakın olmasını isterim | 0,798 | | |
| | B.15.Alışveriş merkezindeki markaları kalitedi bulurum | 0,766 | | |
| Vakit Geçirme (Özdeğer=1,344) | B.14.Alışveriş merkezlerinde vitrin bakmaktan hoşlanırm | 0,781 | 8,398 | 0,542 |
| | B.10.Alışveriş merkezine sadece boş vakitimi geçirmek için giderim | 0,515 | | |
| | B.18.Alışveriş merkezlerinde yemeyi seviyorum | 0,812 | 6,887 | 0,620 |
| | B.17.Alışveriş merkezlerinde alışveriş dış faaliyetlerde bulunurum | 0,811 | | |
| Toplam Açıklärılan Varyans %63,103 | | | | |
| KMO=0,779>0,60; Cronbach Alpha=0,819 ve Barlett Küresellik testi ($\chi^2= 1048,442$; $sd=120$; $p=0,000$) | | | | |

Alışveriş merkezi özellikleri ölçeğinin faktör analizi değerlendirilmesinde öz değeri birden büyük faktörlerin ele alınmasına, değişkenlerin faktör içerisindeki ağırlığını gösteren faktör yüklerinin yüksek olmasına, aynı değişken için faktör yüklerinin birbirine yakın olmamasına dikkat edilmiştir. Ölçeği oluşturan faktörlerin güvenirlik katsayıları ve açıklanan varyans oranlarının yüksek olması ölçeğin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermiştir. Ölçekteki faktörlerin puanları hesaplanırken faktördeki maddelerin değerleri toplandıktan sonra madde sayısına bölünerek (aritmetik ortalama alınarak) faktör puanları elde edilmiştir.

Tablo 8. Alışveriş Merkezlerinden Beklenen Özelliklerin, Tüketicinin Bir Ürünü Satın Alırken ki Davranışlarına Göre Farkın Belirlemeye Yönerek Anova Analizi

| Özellik | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|------------------------------|------------------------------|----|------|-------|-------|-------|---------|
| Dış Görünüş | Rasyonel-aklıcı, mantıklı | 85 | 3,44 | 0,857 | | | $2 > 1$ |
| | Hazçı | 63 | 3,87 | 0,978 | 3,844 | 0,023 | $2 > 3$ |
| Ürünün fiyatına göre değişen | | 88 | 3,62 | 0,980 | | | $3 > 1$ |
| | Rasyonel-aklıcı, mantıklı | 85 | 2,61 | 0,863 | | | $2 > 1$ |
| Sosyallik | Hazçı | 63 | 3,13 | 0,921 | 7,327 | 0,001 | $2 > 3$ |
| | Ürünün fiyatına göre değişen | 88 | 2,67 | 0,874 | | | $3 > 1$ |
| Konumu | Rasyonel-aklıcı, mantıklı | 85 | 3,87 | 1,030 | | | |
| | Hazçı | 63 | 3,83 | 1,093 | 0,242 | 0,785 | |
| Ürünün fiyatına göre değişen | | 88 | 3,94 | 1,052 | | | |
| | Rasyonel-aklıcı, mantıklı | 85 | 2,98 | 0,709 | | | $2 > 1$ |
| Hazçı | | 63 | 3,37 | 0,759 | | | $2 > 3$ |
| | Ürünün fiyatına göre değişen | | | | | | $3 > 1$ |
| Vakit Geçirme | | 88 | 3,09 | 0,915 | 4,334 | 0,014 | |
| Etkinlik | Rasyonel-aklıcı, mantıklı | | | | | | |
| | | 85 | 3,44 | 1,068 | 4,336 | 0,014 | $2 > 1$ |
| | Hazçı | 63 | 3,87 | 0,872 | | | $2 > 3$ |
| Ürünün fiyatına göre değişen | | 88 | 3,77 | 0,909 | | | $3 > 1$ |

Araştırmaya katılan tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışlarına göre aldığı puan ortalamalarının alışveriş merkezi özellikleri değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Buna göre alışveriş merkezlerinin dış görünüş, sosyallik, vakit geçirme ve etkinlik özellikleri ile tüketicinin bir ürünün satın alırken ki davranışları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere alışveriş merkezi özelliklerinin anlamlı farklılıklar olan tümüne göre, bir ürünü satın alırken “hazıcı davranışım” diyenlerin puanları, “rasyonelim” veya “ürünün fiyatına göre değişir” diyenlerin puanlarından daha yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışlarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin dış görünüş özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,844$; $p=0,023<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Bir ürünü satın alırken “Hazıcı” davranış sergileyenlerin puanları ($3,87\pm 0,978$), “Ürünün fiyatına göre değişen” ve “Rasyonel-akılç, mantıklı” davranış sergileyenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışlarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin sosyallik özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=7,327$; $p=0,005<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Bir ürünü satın alırken “Hazıcı” davranışı sergileyenlerin puanları “Ürünün fiyatına göre değişen” ve “Rasyonel-akılç, mantıklı” davranışı sergileyenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Yapılan araştırmada tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışlarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin vakit geçirme özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4,334$; $p=0,005<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Bir ürünü satın alırken “Hazıcı” davranışı sergileyenlerin puanları “Ürünün fiyatına göre

değişen” ve “Rasyonel-akılç, mantıklı” davranışı sergileyenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışlarının değer puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin etkinlik özelliğine bakma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4,336$; $p=0,005<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Bir ürünü satın alırken “Hazçı” davranışı sergileyenlerin puanları “Ürünün fiyatına göre değişen” ve “Rasyonel-akılç, mantıklı” davranışı sergileyenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tablo 9. Alışveriş Merkezi Özelliklerinin Tüketicinin AVM'ye Ne Amaçla Gittiğinin Farkını Belirlemeye Yönelik Anova Analizi

| Özellik | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|-------------|--|-----|------|-------|-------|-------|-------|
| Dış Görünüş | Bir şeyler satın almak için | 61 | 3,36 | 0,802 | 3,244 | 0,013 | 1 > 2 |
| | Yalnızca yemek yemek için | 16 | 3,31 | 1,171 | | | 1 > 3 |
| | Yalnızca vitrinlere bakmak için | 9 | 3,22 | 0,723 | | | 2 > 3 |
| | Hem yemek yemek hem vitrinlere bakmak | 109 | 3,78 | 0,941 | | | 4 > 3 |
| | Arkadaşlarıyla/Ailemle vakit geçirmek için | 41 | 3,81 | 1,014 | | | 5 > 4 |
| Sosyallik | Bir şeyler satın almak için | 61 | 2,59 | 0,887 | 2,116 | 0,080 | |
| | Yalnızca yemek yemek için | 16 | 2,75 | 0,995 | | | |
| | Yalnızca vitrinlere bakmak için | 9 | 3,20 | 0,970 | | | |
| | Hem yemek yemek hem vitrinlere bakmak | 109 | 2,89 | 0,869 | | | |
| | Arkadaşlarıyla/Ailemle vakit geçirmek için | 41 | 2,85 | 0,937 | | | |
| Konumu | Bir şeyler satın almak için | 61 | 4,11 | 0,817 | 2,538 | 0,041 | 1 > 3 |
| | Yalnızca yemek yemek için | 16 | 4,34 | 1,028 | | | 2 > 3 |
| | Yalnızca vitrinlere bakmak için | 9 | 3,67 | 1,480 | | | 2 > 1 |
| | Hem yemek yemek hem vitrinlere bakmak | 109 | 3,69 | 1,116 | | | 4 > 3 |
| | Arkadaşlarıyla/Ailemle vakit geçirmek için | 41 | 3,94 | 1,014 | | | 5 > 4 |

| | | | | | | | |
|------------------|--|-----|------|-------|-------|-------|-------|
| Vakit Geçirme | Bir şeyler satın almak için | 61 | 2,73 | 0,894 | 5,926 | 0,000 | 2 > 1 |
| | Yalnızca yemek yemek için | 16 | 3,23 | 0,979 | | | 3 > 1 |
| | Yalnızca vitrinlere bakmak için | 9 | 3,41 | 0,662 | | | 3 > 4 |
| | Hem yemek yemek hem vitrinlere bakmak | 109 | 3,19 | 0,703 | | | 2 > 4 |
| | Arkadaşlarıyla/Ailemle vakit geçirmek için | 41 | 3,43 | 0,750 | | | 5 > 3 |
| Etkinlik | Bir şeyler satın almak için | 61 | 3,59 | 1,006 | 2,240 | 0,066 | |
| | Yalnızca yemek yemek için | 16 | 3,97 | 1,056 | | | |
| | Yalnızca vitrinlere bakmak için | 9 | 2,94 | 0,768 | | | |
| | Hem yemek yemek hem vitrinlere bakmak | 109 | 3,67 | 1,012 | | | |
| | Arkadaşlarıyla/Ailemle vakit geçirmek için | 41 | 3,88 | 0,740 | | | |

Araştırmaya katılan tüketicilerin alıcıları merkezlerine ne amaçla geldiklerinin puan ortalamalarının alışveriş merkezi özellikleri değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Buna göre alışveriş merkezlerinin dış görünüş, vakit geçirme ve çekicilik özellikleri ile alıcıları merkezlerine ne amaçla geldikleri ile arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere alışveriş merkezlerinin dış görünüş ve vakit geçirme özellikleri için gelenler “Arkadaşlarıyla/ailesiyle vakit geçirmek için” gelmektedirler. Alışveriş merkezlerinin çekicilik özelliği için gelenlerin ise “Bir şeyler satın almak için” geldikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin alıcıları merkezlerine ne amaçla geldiklerinin puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin dış görünüş özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,244$; $p=0,005 < 0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Alışveriş merkezlerine “Arkadaşlarıyla/Ailesiyle vakit geçirmek için” gelenlerin puanları ($3,81 \pm 1,014$), “Bir şeyler satın almak için”, “Hem satın almak hem vitrinlere bakmak için”, “Yalnızca yemek yemek için” ve “Yalnızca vitrinlere bakmak için” gelenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin alıcıları merkezlerine ne amaçla geldiklerinin puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin konum özelliğine göre anlamlı bir

farklılık göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=2,538$; $p=0,005<0.05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Alışveriş merkezlerine “Bir şeyler satın almak için” gelenlerin puanları, “Arkadaşlarıyla/ailesiyle vakit geçirmek için”, “Hem satın almak hem vitrinlere bakmak için”. “Yalnızca yemek yemek için” ve “Yalnızca vitrinlere bakmak için” gelenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tüketicilerin alıcıya merkezlerine ne amaçla geldiklerinin puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin vakit geçirme özelliğine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=5,926$; $p=0,005<0.05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır Alışveriş merkezlerine “Arkadaşlarıyla/ailesiyle vakit geçirmek için” gelenlerin puanları, “Bir şeyler satın almak için”, “Hem satın almak hem vitrinlere bakmak için”, “Yalnızca yemek yemek için” ve “Yalnızca vitrinlere bakmak için” gelenlerin puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tablo 10. Alışveriş Merkezi Özelliklerinin Tüketicinin Kendini Alıcıya Anlamında Nasıl Tanımladığı ile Farkını Belirlemeye Yönelik Anova Analizi

| Özellik | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|---------------|----------------------------|-----|------|-------|--------|--------------|-----------------|
| Dış Görünüş | Alışveriş çılğını | 31 | 4,15 | 0,887 | 5,926 | 0,003 | 1 > 2 |
| | İhtiyacına göre satın alan | 186 | 3,55 | 0,941 | | | 1 > 3 |
| | Sadece gezip, bakan | 19 | 3,45 | 0,868 | | | 2 > 3 |
| Sosyallik | Alışveriş çılğını | 31 | 3,43 | 0,776 | 13,177 | 0,000 | 1 > 2 |
| | İhtiyacına göre satın alan | 186 | 2,63 | 0,862 | | | 1 > 3 |
| | Sadece gezip, bakan | 19 | 3,13 | 0,998 | | | 3 > 2 |
| Konumu | Alışveriş çılğını | 31 | 3,66 | 1,036 | 1,044 | 0,354 | |
| | İhtiyacına göre satın alan | 186 | 3,94 | 1,003 | | | |
| | Sadece gezip, bakan | 19 | 3,76 | 3,76 | | | |
| Vakit Geçirme | Alışveriş çılğını | 31 | 3,56 | 0,747 | 8,072 | 0,000 | 1 > 2 |
| | İhtiyacına göre satın alan | 186 | 3,02 | 0,791 | | | 1 > 3 |
| | Sadece gezip, bakan | 19 | 3,46 | 0,869 | | | 3 > 2 |
| Etkinlik | Alışveriş çılğını | 31 | 4,23 | 0,681 | 5,980 | 0,003 | 1 > 2 |
| | İhtiyacına göre satın alan | 186 | 3,60 | 0,988 | | | 1 > 3 |
| | Sadece gezip, bakan | 19 | 3,53 | 0,993 | | | 2 > 3 |

Araştırmaya katılan tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının puan ortalamalarının alışveriş merkezi özellikleri değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Buna göre alışveriş merkezlerinin dış görünüş, sosyallik, vakit geçirme ve etkinlik özellikleri ile tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıkları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere alışveriş merkezinin özelliklerinin anlamlı farklılıklar olan tümüne göre, Kendini “alışveriş çığını” olarak tanımlayanların puanları, “İhtiyacına göre satın alan” ve “Sadece gezip, bakan” olarak tanımlayanların puanlarından daha yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin dış görünüş özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=5,926$; $p=0,005<0.05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Kendini “alışveriş çığını” olarak tanımlayanların puanları ($4,11\pm0,887$), “İhtiyacına göre satın alan” ve “Sadece gezip, bakan” olarak tanımlayanların puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin sosyallik özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=13,177$; $p=0,005<0.05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Kendini “alışveriş çığını” olarak tanımlayanların puanları, “İhtiyacına göre satın alan” ve “Sadece gezip, bakan” olarak tanımlayanların puanlarından yüksek bulunmuştur.

Yapılan araştırmada tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin vakit geçirme özelliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=8,072$; $p=0,005<0.05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Kendini

“alışveriş çılgını” olarak tanımlayanların puanları, “İhtiyacına göre satın alan” ve “Sadece gezip, bakan” olarak tanımlayanların puanlarından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin alışveriş anlamında kendilerini nasıl tanımladıklarının puan ortalamalarının, alışveriş merkezinin etkinlik özelliğine bakma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=5,980$; $p=0,005 < 0,05$).

Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Kendini “alışveriş çılgını” olarak tanımlayanların puanları, “İhtiyacına göre satın alan” ve “Sadece gezip, bakan” olarak tanımlayanların puanlarından yüksek bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Alışveriş merkezleri farklı özellikleri, sahip oldukları farklı imajları ile birbirinden farklı tüketicileri kendisine çekmektedir. Giderek artan sayıları karşısında birbiriyle rekabet etmek zorunda kalan AVM’ler, hem karlılıklarını hem de ziyaretçi sayılarını artırmak ve böylece daha fazla sayıda güclü markaları kendilerine çekebilmek için çeşitli etkinlikler, aktiviteler, yarışmalar ve çekilişler düzenlemekte (Şenel, 2014: 109), dış görünüşlerini değiştirmekte ve çok daha renkli ve ıslıtlı bir yapıya bürünerek tüketicileri cezbetmeye çalışmaktadır.

Yapılan bu araştırmanın katılımcıları büyük çoğunlukla 15-34 yaş aralığında, bekâr ve lise/üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu durumda AVM ziyaretçilerinin daha çok genç ve bekâr kişilerden olduğu söylenebilir. Yapılan bir çalışmada da bizdeki benzer sonuçlara ulaşılmış ve AVM ziyaretçilerinin daha çok 20-29 yaş arası genç bireylerin daha sık AVM’ye gittiği belirtilmiştir (Çetinkaya, 2017: 79). Ayrıca katılımcılar alışverişte kendilerini “İhtiyaca göre satın alan” biri olarak tanımlamışlar ve bir ürünün satın alma kararını fiyatına ve türüne göre verdiklerini söylemişlerdir. Katılımcılar AVM’ye çoğunlukla hem yemek yemek hem de vitrinlere bakmak için geldiklerini belirtmiştir. İkinci sırada bir şeyler satın almak için geldiğini söyleyenler gelmektedir. Katılımcılarla alışverişin kendilerinde uyandırdığı his sorulmuş ve büyük çoğunluk “iyi vakit geçiriyorum” cevabını vermiştir. Bunu sırasıyla, mutluluk, zevk alma ve rahatlama hisleri takip etmektedir. Korku hissi duyan katılımcı oranı en düşük yüzdede sahiptir. AVM ziyaretçileri alışverişlerini çoğunlukla ya arkadaşlarıyla ya da aileleriyle birlikte yapmaktadır. Tek başına alışveriş yaparım diyenler en düşük orana sahiptir.

Alışveriş merkezlerinden beklenen özelliklerin, tüketicilerin alışverişe yönelik tutum ve davranışlara göre değişip değişmediğini öğrenmek amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda farklı tutum ve davranışları olan tüketicilerin AVM'lerin farklı özelliklerini önemsiyor ve bekleyenlerinin de farklı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Literatür incelendiğinde ise bu araştırmanın sonuçlarıyla benzer sonuçların ortaya çıkarıldığını görmekteyiz. Tüketicilerin alışveriş merkezlerini tercih etme sebepleri, alışveriş merkezine gelme amaçlarına, ne sıklıkta geldiklerine, demografik özelliklerine, yaşam tarzı ve değerlerine ve orada harcadıkları süreye göre değiştigini – farklılaştığını – kanıtlayan araştırmalar bulunmaktadır (Çetinkaya, 2011; Bakır, 2012; Hameli, 2017; Çetinkaya, 2017).

Alışveriş merkezlerinin özelliklerine yönelik ifadelere uygulanan faktör analizi sonucunda beş alt boyut çıkmış ve bunlar; dış görünüş, sosyallik, vakit geçirmek, etkinlik ve konum olarak isimlendirilmiştir. Alışveriş merkezlerine yönelik bu özelliklerin tüketicilerin tutum ve davranışlarına göre farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan fark analizinde her bir bireyin alışveriş merkezlerinden bekledikleri özelliğin tutum ve davranışlara göre farklılaşlığı sonucuna ulaşmıştır.

Arkadaşlarıyla boş zamanını geçirmek ve hem bir şeyler yemek hem de vitrinlere bakmak için gelenlerin AVM'lerin dış görünüşüne daha çok önem verdikleri ve ortalamalarının daha yüksek çıktığu gözlemlenmiştir. Yalnızca vitrinlere bakmak ve arkadaşlarıyla/ailesiyle boş zamanını değerlendirmek isteyenlerin alışveriş merkezlerine daha çok vakit geçirmek amacıyla geldikleri görülmüştür. AVM'lerin konumu alışveriş merkezine yemek yemek ve sadece bir şeyler satın almaya gelenler için son derece önemlidir. Başka bir ifadeyle eğer tüketiciler yalnızca bir şeyler satın almak ve yemek yemek için alışveriş merkezine geliyorsa AVM'lerin konumuna dikkat etmekte dirler. Evlerine yakın, ulaşımı kolay AVM'ler bu özelikteki tüketiciler için önem taşımaktadır.

Kendini alışveriş çığlığını olarak tanımlayan ve alışveriş merkezine yalnızca gezip bakmak için gelenler AVM'lerin sosyallik özelliğine daha çok dikkat etmektedir. Bütün gruplar içerisinde AVM'lerin dış görünüşüne en çok önem verenler, kendilerini alışveriş çığlığını olarak tanımlayan tüketiciler olmuştur. Kendini alışveriş çığlığını olarak tanımlayanlar AVM'lerde düzenlenen etkinliklere ve orada vakit geçirmeye daha çok önem vermektedir. Ve ortalamalar itibarıyle diğer gruplardan daha yüksek ortalamaya sahiptir.

AVM'lerin dış görünüş, vakit geçirmek, etkinlik ile sosyallik özelliğine önem verenler bir ürün satın alırken daha çok hazırlı davranan tüketiciler olmuştur.

Medeni durum değişkeni ile alışverişte kendini tanımlama biçimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Tüketicilerin alışverişte kendilerini tanımlama biçimleri medeni duruma göre değişmektedir. Evliler daha çok ihtiyaçlarına göre satın alım yaparken, bekârlar kendilerini alışveriş çılgını olarak tanımlamaktadır. Ayrıca bekârlar evlilere göre alışveriş esnasında çok daha fazla gezip, etraflarına bakmaktadır. Cinsiyet ile alışverişte kendini tanımlama biçimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre tüketicilerin kendilerini tanımlama biçimleri cinsiyete göre değişmektedir. Bayanlar erkeklerle göre çok daha fazla kendilerini "alışveriş çılgını" olarak tanımlamaktadır. Erkekler ise kendilerini ihtiyaca göre satın alan biri olarak görmektedirler.

Eğitim seviyesi ile alışveriş merkezine gelme amacı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre eğitim seviyesi arttıkça insanlar AVM'ye daha çok yemek yemek ve vitrinlere bakmak için gelmektedir. En çok lise düzeyindekiler boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla gelirken, ilköğretim seviyesindeki kişiler yalnızca bir şeyle satın almak için gelmektedir. Alışveriş merkezlerinde tüketici ziyaretlerini etkileyen unsurlar üzerine yapılan bir araştırmada da tüketicilerin AVM'leri ziyaret nedenlerinin demografik faktörlere göre farklılığı sonucuna ulaşılmıştır (Hameli, 2017).

Tüketicilerin bir ürünü satın alırken ki davranışları yaşa göre değişiklik göstermektedir. Yaş ile ürün satın alırken nasıl davranışlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). 15-34 yaş arası ürünün fiyatına ve türüne göre değişken davranış sergilerken, 35-54 yaş arası kişiler ürün satın alırken daha çok rasyonel (faydacı) davranışmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde yaş arttıkça tüketicilerin ürün satın alırken rasyonel davranış eğilimleri de artmaktadır. Eğitim ile bir ürünü satın alırken ki davranış biçimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre tüketicilerin ürün satın alırken ki davranışları eğitim seviyesine göre değişmektedir. Eğitim seviyesi düşükçe ürün satın alırken rasyonel (faydacı) davranış eğilimi artmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça tüketiciler satın alma davranışlarını ürünün fiyatına ve türüne göre belirlemektedir. Medeni durum ile bir ürünü satın alırken ki davranışlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Buna göre evliler bekârlara göre daha çok rasyonel satın alma yaparken, bekarlar da evlilere göre daha çok duygularına göre satın alım yapmaktadır.

KAYNAKÇA

AKAT, Ömer & TAŞKIN, Çağatan ve ÖZDEMİR, Aysun, (2016). “Uluslararası Alışveriş Merkezi Tüketicilerinin Satın Alma Davranışı: Bursa İlinde Bir Uygulama” Sosyal Bilimler Dergisi

ARKLAN, Ümit, (2012). Tüketim ve Cazibenin Mekânsal İzdüshümü Olarak Alışveriş Merkezleri, Erciyes İletişim Dergisi – Akademia – 2 (3), ss.78-94

AYDOĞAN, Deniz, (2011). Yeni Toplumsal Yaşam Alanları Olarak Alışveriş Merkezleri: Forum Mersin Örneği, Mersin Üniversitesi SBE, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

BABIN, Barry J., DARDEN, William R. ve GRIFFIN, Mitch, (1994). “Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value.” Journal of Consumer Research, 20 (4), ss.644-656.

BAKIR, Nurettin Ozan, (2012). Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenleri, İlgilenimleri, İlişkiyi Sürdürme İstekleri ve Sadakatleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi ve Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi SBE, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

BLOCH Peter H. & RIDGWAY, Nancy M. ve NELSON, James E, (1991). “Leisure and the Shopping Mall”, Advances in Consumer Research (18), ss.445-452

ÇAKMAK, Ali Çağlar, (2012). “Ziyaretçilerin Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenlerinin Araştırılması: Karabük Şehir Merkezinde Bir Uygulama”, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 5 (2), ss.195-215

ÇETİNKAYA, Hüseyin, (2017). Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerinde Yemek Yeme Nedenleri ve Tercihlerinin Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aile Ekonomisi ve Beslenme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ÇETİNKAYA, Özlem Akguç, (2011). Büyük Alışveriş Merkezlerinin İdeoloji ve Tüketim İlişkisi Çerçeveşinde İncelenmesi: Denizli Örneği, Gazi Üniversitesi SBE, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara

DİNÇER, Banu ve DİNÇER, Caner, (2011). “Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Ziyareti Ve Davranışı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (21), ss.317-331.

DUMAN, Teoman ve YAĞCI, Mehmet İsmail, (2006). Süpermarket Müşterilerinin De-vamlı Alışveriş Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Model Denemesi, ODTÜ Gelişme Dergisi (33), ss.87-116

EKEN, Merve, (2008). Kültürel ve Sosyal Mekânlara Dönüşen Alışveriş Merkezleri: Gü-nümüz Kentlisinin Yeni Yerleri, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

ERDEM, Şakir & KARSU, Süreyya & SERTKAYA, Nazlı Sinem ve YILDIZ, Tülay, (2010). Alışveriş Merkezlerinin Marka Kişiliklerinin Karşılaştırılması: İstanbul İlinde Bir Uygulama, Öneri Dergisi, 9 (33), ss.71-87

FARRAG, Dalia A. & EL SAYED, İsmail M., ve BELK, Russel W.. (2010). "Mall Shopping Motives and Activities: A Multi Method Approach." Journal of International Con-sumer Marketing (22), ss.95-115

HAMELİ, Kujtim, (2017). Alışveriş Merkezlerinde Tüketicili Ziyaretlerini Etkileyen Un-surlar: Kosovalı Tüketicilerle Bir Pilot Araştırma, İstanbul Üniversitesi SBE, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

İBİCİOĞLU, Hasan, (2005). "Alışveriş Merkezleri: Demografik Etkenler ve Tüketicili Tu-tumlarının İncelenmesineYönelikBirAraştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 10 (1), ss.43-55

KAHLE, Lynn R. (1986). "The Nine Nation of North America and the Value Basis of Geographic Segmentation", Journal of Marketing (50), ss.37-47.

KİM, Y. K. (2002). "Consumer Value: an application to mall and internet shopping", In-ternational Journal of Retail & Distribution Management, 30 (12): 595-602.

KÖKSAL, Yüksel ve AYDIN, Elif Esra, (2015). "Tüketicilerin Alışveriş Merkezleri Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme: Göller Bölgesi Örneği", Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi, 11 (24), ss.231-248

MERT, Kazım, (2015). Tüketicili Bakış Açısıyla Alışveriş Merkezleri ve Yaşam Tarzlarındaki Yansımaları, Sakarya Üniversitesi SBE, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

ÖGEL, Selin, (2014). Alışveriş Merkezinde Gerçekleştirilen Etkinliklerin Tüketicili Tu-tumları Üzerine Etkisi: Alışveriş Merkezi Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma, Osmaniye Üniversitesi SBE, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Eskisehir.

ŞENEL, Sena, (2014). Alışveriş Merkezlerinin Tercih Edilme Nedenleri, Gazi Üniversitesi SBE, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ŞENTÜRK, Ünal, (2012). "Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsal- laştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (13), ss.63-77

TEKEL, A. (2009). "Alışveriş Merkezlerinin 'Kamusal Mekân' Nitelikleri Üzerine Bir Değerlendirme: Ankara Panora Alışveriş Merkezi Örneği", Türkiyat Araştırmaları, Yıl.6, Sayı.10, ss.141-154.

TSANG, Alex S. L. & ZHUANG, Guijun & Lİ, Fuan ve ZHOU, Nan, (2003). "Comparison of Shopping Behaviour in Xi'an and Hong Kong Malls: Utilitarian Versus Non-utilitarian Shoppers" Journal of International Consumer Marketing, 16 (1), ss.29-46.

ÜSTÜN, Berna ve TUTAL, Osman, (2008). "Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekânlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2), ss.259-282

VERDİL, Ahmet, (2007). Mekân-davranış İlişkisinin Dönüşümü: Alışveriş Merkezlerinin Mekânsal Dizim Yöntemiyle İncelenmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

YARAŞ, Eyüp & ÖZBÜK, Meltem Yetki ve GÖNCÜ, Zeliha Ülkü, (2016). "Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Tercihlerini Etkileyen Faktörler", Selçuk üniversitesi İİBF, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi (32), ss.274-285

YILDIRIM, Yıldırım ve KETHÜDA, Önder (2017). "The Comparison of Consumers' Values And Lifestyles According to Frequency of Visiting Shopping Centers: Malatya Province Example" PressAcademia Procedia, 3 (1), ss.707-715

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE FİNANSAL OLMAYAN RAPORLAMA SİSTEMİ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA

Karabük Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

akarakaya@karabuk.edu.tr

Öğr. Gör. İrfan YURT

Karabük Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu

irfanyurt@karabuk.edu.tr

Özet

İşletmelerin başarısında yöneticilerin amaca uygun, doğru ve zamanlı karar verebilmeleri önemlidir. Karar verme süreci gelecekle ilgili olduğundan risk ve belirsizlik içermektedir. Risk ve belirsizliği azaltmanın tek bilimsel yolu karar alanı ile ilgili bilgilerin yöneticilere etkin yönetsel raporlama sistemi ile sunulmasına bağlıdır. Bu çalışmanın temel amacı; Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde finansal olmayan bilgilerin yönetsel raporlama sisteminde kullanılabilirliğinin belirlenmesidir. Bu amaçla konaklama işletmelerinde finansal olmayan bilgilerin yönetsel raporlama sistemlerinde ne ölçüde yer aldığıne belirlemek için Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki yöneticilerden birincil veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 21 programı yardımıyla Frekans analizi, ANOVA ve T-Testi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada Safranbolu'daki konaklama işletmelerinin finansal olmayan raporlama sistemleri kullandıkları; fakat tam bir sistematik raporlama yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca finansal olmayan raporlama sistemlerinin turizm işletme belgesine sahip işletmeler tarafından daha çok benimsenmektedir. Farklı statüdeki konaklama türleri ile finansal olmayan raporlama eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonuçlarına da ulaşmıştır. Konaklama işletmelerinin rekabet sistemi içinde tutunabilmeleri için sadece finansal raporlama sistemleri yeterli olmamaktadır. Bu durumda yöneticilerin işletmelerinde finansal olmayan raporlama sistemlerini de düzenli olarak kullanmaları gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Konaklama işletmesi, Raporlama, Yönetsel raporlama sistemleri, Finansal olmayan raporlama

JEL Kod: F65 M19 Z30 Z33

NON-FINANCIAL REPORTING SYSTEM IN LODGING INDUSTRY: CASE OF SAFRANBOLU

Abstract

It is important for management to be able to make appropriate, accurate and timely decisions for the success of their business. The decision-making process involves risk and uncertainty as it relates to the future. The only scientific way to reduce risk and uncertainty depends on the ability to provide managers with effective managerial reporting system of information about the decision-making area. The main purpose of this study is determination of the availability of non-financial information in the managerial reporting system in lodging industry operating in Safranbolu. For this purpose, the primary data from the managers of lodging industry operating in Safranbolu were obtained by survey technique to determine the extent to which non-financial information is included in the managerial reporting systems in lodging industry. The obtained data were analyzed using Frequency Analysis, ANOVA and T-Test with SPSS21 program. In the study, it is stated that lodging industries in Safranbolu use non-financial reporting systems; but the result is that a complete systematic report has not been made. In addition, non-financial reporting systems are more often adopted by enterprises with a tourism business document. It has also come to the conclusion that there is no meaningful difference between the types of lodging in different statuses and non-financial reporting trends. Only financial reporting systems are inadequate to ensure that lodging industries remain in competitive system. In this case managers should also regularly use non-financial reporting systems in their businesses.

Keywords: Accommodation Management, Reporting, Managerial Reporting Systems, Non-Financial Reporting.

JEL Kod: F65 M19 Z30 Z33

GİRİŞ

Dünyada hızlı bir şekilde nüfusların, kentleşme oranlarının, insanlar ve toplumlar arası ilişkilerin artması, ulaşım imkânlarının hızlı bir şekilde gelişmesi ile birlikte konaklama sektörü hızlı bir ilerleme göstermesi beraberinde birçok farklı sektörün ortaya çıkmasına etki etmiştir.

Konaklama işletmeleri oluşturduğu gelir ve istihdam olmak üzere sağladığı kültürel, sosyal ve ekonomik katkılarla turizm sektörünü ülke ekonomileri için önemli konuma getirmiştir. Dünyada yeni oluşumlarla birlikte, kurulu şirketler kendi ürünlerini ve hizmetlerini genişletmeye devam etmekte ve bu da rekabeti artırmaktadır. Bu artan büyümeye ve rekabet, sadece konuk ağırlama işletmelerini değil, aynı zamanda hizmet etmeye çalışıkları potansiyel müşterileri de etkilemektedir. Endüstride, konaklama işletmecileri ve yöneticileri, bu genişleyen ortamda gelişmelerine yardımcı olmak için yönetsel raporlama tekniklerini de kullanmaya başlamışlardır.

Potansiyel müşteriler fiyat, kalite ve aldıkları hizmetlerin seviyesine önem vermeye devam ederken sektör genel olarak daha fazla maliyet ve kar konusunda bilinçlenmektedir. Ağırlama endüstrisi sağlayıcıları, sağladıkları hizmetin kalitesine zarar vermeden, bu hizmetleri sunma maliyetlerine göre gelirlerini artırmak, maliyetleri en aza indirmek ve kar seviyelerini en üst düzeye çıkarmak için daha fazla dikkat etmeye başlamıştır. Bu noktada, işletmelere verecekleri kararlarda gerek duyduklarıdataları sağlayan ve bu amaçla ilgili raporları açıklayan, düzenleyen, yıllık bütçe vestandard uygulamaları ile kontrol olağanı sunan yönetsel raporlama sistemleri etkili olmaktadır.

Bir işletmenin amacına ulaşması verimli çalışan, dinamik, analiz yeteneği olan ve doğru kararlar alabilen bir yönetimle sağlanabilir. Doğru kararların oluşturulması büyük ölçüde işletmenin finansal ve finansal olmayan verilerinin doğru, anlamlı ve periyodik bilgilerin raporlanması sayesinde mümkün olabilecektir. Bu bilgiler de esas itibariyle finansal olmayan verilerinin, muhasebe verilerinin ve finansal tabloların değerlendirilmesinden elde edilebilecektir (Kahraman, 2012:II).

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Konaklama İşletmesi

Teknolojik ve toplumsal gelişmelerin sağladığı olanaklar ve olanakların uluslararası sınırları ortadan kaldırması, serbest dolaşımın giderek yaygınlaşması (Barutçugil, 1982: 143), harcanabilir kişisel gelirdeki artış ve bunun sonucunda dinlenme ve turizme ayrılan payın yükselmesi ile iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin yanı sıra, insanlarda oluşan merak duygusu ve şimdide kadar görmedikleri yeni bölgeleri gezinme isteği insanların daha uzak yerlere seyahat etme duygusunu oluşturmuştur (İçöz, 1994: 14). Bireyler ikamet ettikleri

yerden, dinlenmek, eğlenmek, görmek, tanımak ve özel işleri vb. nedenlerle geçici süreyle seyahat ettikleri yerlerde konaklama, dinlenme ve beslenme ihtiyaçlarını karşılayan, ekonomik ve sosyal bir işletme karakteri taşıyan konaklama işletmelerine gereksinim duymuştur (Sezgin, 2001:83).

Bacasız sanayi olarak adlandırılan, bir ülkenin en önemli ekonomik faktörlerinden olan turizm sektörü dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almaktadır. Turizm sektörü gün geçtikçe önemi artırılmış beraberinde birçok farklı sektörün de gelişmesine yol açmıştır (Kirlioğlu ve Doğan, 2016:137).

Günümüzde dünyada üçüncü büyük sektör haline gelen turizm sektörü gelirlerinden en yüksek payı konaklama işletmelerinin alması ve pazarın genişlemesiyle birlikte son yıllarda konaklama işletmelerinde giderek artan yoğun rekabet (Koçak, 2001:61); hizmet kalitesinin artırılması, müşteri odaklı tutumlarla talep ve ihtiyaçların giderilmesi, konaklama işletmelerinin her zamankinden daha fazla dikkat edilmesi gerektiği konuları arasında yer almıştır (Afriyie vd., 2016: 308). Buna karşın konaklama işletmelerinin uyguladıkları stratejiler, sunulan hizmetler her zaman müşteri beklenileri ile örtüşmeye bilmekte, bu durumda da müşterilerde tatminsizlik oluşmakta ve şikayet kavramı ortaya çıkmaktadır (Akçakanat vd., 2015: 77).

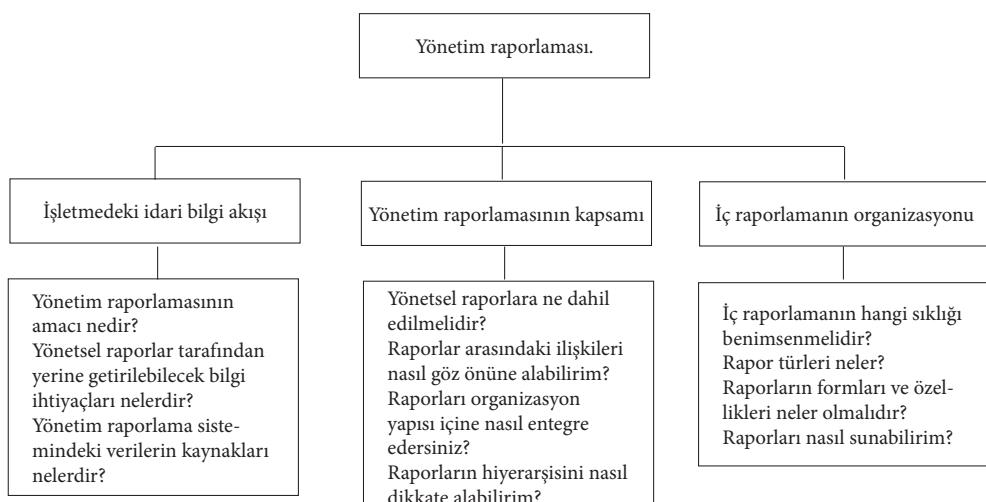
1.2. Yönetsel Raporlama Sistemi

Yönetsel raporlama sistemleri işletmelerin iç kullanıcıları olan çalışan ve yöneticilerine yönelik, ortaya çıkması muhtemel ve mevcut problemler hakkında işletmenin zayıf ve güçlü taraflarını ortaya çıkartan ve işletmenin iç kontrol sisteme önemli derecede etki eden, yöneticilerin gereksinim duyduklarında ve arzu ettiklerinde işletme içi herhangi bir olay ya da durum hakkında bilgilendirilmelerini sağlayan raporlama sistemleridir. Yönetsel raporlama sisteminin en önemli özelliklerinden biri finansal muhasebe sisteminden farklı olarak herhangi bir mevzuat veya kanunla düzenlenmemiş tercihe dönük olmasıdır (Çalış ve Baran Altınsoy 2014:30).

Yönetsel raporlama, karar verme süreçlerini organizasyonel hiyerarşideki çeşitli seviyelerde desteklemek için bilgiyi raporlayan örgütsel amaçları gerçekleştirmeyi amaçlayan bir sistemdir. Bazı bilgilerin piyasada rekabet avantajı sağlamak açısından gizli ve stratejik olabilirliği sebebi ile iç raporların kullanıcıları şirketin çalışanlarıdır. Yönetim raporlaması farklı biçimlerde olmasının yanında yöneticilerin ihtiyaçlarına ve şirketin belirli özelliklerine göre ayarlanmalıdır.

Yöneticilerin ihtiyaçlarına göre uyarlanmış bir yönetimsel raporlama sistemi tasarlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Yönetim raporlama sistemi tasarımına genel yaklaşım, yöneticilerin karar vermeleri için gerekli olan bilgiyi toplamak, işlemek, analiz etmek ve iletmek için bir sistem olarak ele alınmalıdır (Nita, 2015:105). İşletmeler bilgiye sahip olmadan geleceğe dönük plan yapma ve uygulama imkânı bulamamaktadır. İşletmelerin güvenilir bilgiye ulaşabilmek ve bu bilgiyi istediği zamanda kullanabilmesi önemlidir. Bu doğrultuda finansal raporlama işlevlerinden farklı olarak finansal olmayan raporlama, işletme talep ve bekłentilerine göre oluşturularak dış çevreye değil işletme yönetimine yönelik bilgi toplamaktadır. Finansal olmayan raporlama sistemleri tarafından elde edilen raporlar işletmelerin doğru zamanda ve uygun bir biçimde karar alımına olanak sağlayarak işletme yönetiminin kârlılığı ve verimliliği artırması için güvenilir bilgilerin raporlandığı bir sistem oluşmaktadır. Yönetsel raporlar işletmelerin yoğun rekabet ortamında faaliyetlerine devam edebilmeleri ve ayakta kalabilmeleri için riski en aza indirecektir (Sarı ve Çam, 2014:249).

Yönetim raporlama sisteminin tasarımını, Şekil 1'de sunulan üç temel unsuru içerir (Nita 2014, p. 39):



Şekil 1. Yönetim Raporlamasının Yapısı Kaynak: [Nita 2014, s. 39].

Finansal olmayan raporların sınıflandırılması ölçüm modelinin normlarına uygun olarak oluşturulmaktadır. Bu sebeple kurumların finansal olmayan raporlama modelleri belli verilerin bileşiminden dolayıdan birbirlerinden benzersizdirler. Bu nedenle literatürde, finansal olmayan verilerin ölçülmesi, sınıflandırılması ve değerlendirilme方法ları için ortak bir yaklaşım oluşturulamamaktadır. Durgut, M. (2017) bu durumu finansal olmayan sınıflandırmaları baz alarak yapılan çalışmalarını bir tablo altında özetleyerek tabloda göstermiştir (Durgut, 2017:247).

Tablo 1: Araştırmalarda Esas Alınan Finansal Olmayan Veriler

| Araştırmacı | Kapsam | Finansal Olmayan Veriler |
|---------------------------------|--|---|
| Phillips ve Louvieris (2005) | Otel İşletmeleri | Müşteri: Servis kalitesi, müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri profili İçsel İşlemler: Çalışana yatırım, verimlilik, açık hedeflere sahip olma, hedeflerin takibi. Yenilik/Öğrenme: Sektörler Arası Karşılaştırma, yenilikleri yöneten çalışanlar, ekip çalışmasını destekleme |
| Banker ve diğerleri (2000) | Otel İşletmeleri | Müşteri Memnuniyeti: Müşteri şikayetleri, Müşteri geri gelme olasılığı. |
| Craig ve Moores (2005) | Aile İşletmeleri | Müşteri: Operasyonel Mükemmellik, Müşteri Mahremiyeti, Ürün Liderliği İşletme İçi Süreçler: Yeniliği Teşvik, Artan Müşteri Değeri, Operasyonel Mükemmellik Sağlama, Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Teşvik Öğrenme ve Gelişme: Çalışanların Yetenek ve Becerileri, Teknoloji, Kurumsal İklim |
| Malgharni vd.(2011) | Tüm İşletmeler | Çalışan Memnuniyeti, Müşteri Memnuniyeti, İşletme İçi Süreçler |
| Prieto ve Revila (2006) | 50 ile 2500 Arası Çalışanı Olan İşletmeler | Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sayısındaki Artış, Çalışan Memnuniyeti, Ürün ve Hizmet Kalitesi, Firma İmajı |

(Kaynak: Durgut, 2017:248-249-250).

Yönetsel raporlama, yöneticilerin doğru karar almalarına olumlu etkide bulunmak amacıyla finansal ve finansal olmayan verileri toplayan bir raporlama sistemi olup bilgi kullanıcıları tarafından alınacak kararların doğru, güvenilir olması amacıyla finansal ve finansal olmayan verilerin analizi, tespit edilmesi ve çıkar gruplarına aktarılması sürecini oluşturmaktadır (Drury, 2001: 3).

Birçok firma artık yönetim performansını değerlendirmek ve ödüllendirmek için ürün kalitesi, müşteri memnuniyeti ve pazar payı gibi mali olmayan önlemler kullanmaktadır. Banker ve ark.(2005)'nın otel işletmelerinde stratejik yönetim muhasebesinin kullanımının belirleyicileri ve otel mülkiyetindeki müşteri ve finansal performans üzerindeki etkisini araştırma amaçlı yapılan çalışmada finansal olmayan verilerin testi, finansal olmayan verilerin iyileştirilmesinin kısa sürede gelir ve kar artışı tarafından takip edildiğini ortaya koymuştur (Banker, 2005).

2.ALAN ARAŞTIRMASI

2.1.Araştırmamanın Tanıtılması

Karabük ilinin en büyük ve en gelişmiş ilçesi olan Safranbolu, Batı Karadeniz Bölgesi'nde Karabük il merkezine 8,5 km uzaklıkta en eski yerleşim bölgelerindenidir (Yaşar, 2004: s.9).İsmini, bölgede yetişen ve nadir bir bitki olan safrandan alır. Safranbolu'nun çevresinde merkez ilçe, Ulus, Ovacık, Araç ve Eflani ilçeleri bulunmaktadır. Oldukça engebeli bir coğrafi yapıya sahip olan Safranbolu 1013 kilometrekare yüz ölçümüne sahiptir. (Gönenç, 2005:s.14). İlçe, doğuda Kastamonu (Araç ilçesi) ve kuzeyde Bartın (Ulus ilçesi) ile bağlantılıdır.

Zengin kültürel miraslardan biri olan Safranbolu; taş, ahşap, kerpiç malzeme ile inşa edilen konak görünümlü karkas evleri, hanları, hamamları, camileri, çeşmeleri, yemeniciler arastası ve geleneksel şehir dokusuyla, tamamı sit alanı olarak ilan edilmiş nadide yerleşim kentlerinden biridir (Ünal,2007:29).Barındırdığı zengin kültürel mirası korumadaki başarısı Safranbolu'y'u bir dünya kenti ününe kavuşturmuş ve 1994'de Safranbolu'nun UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne alınmasını sağlamıştır (internet:2017). Safranbolu'nun Dünya Miras Listesi'ne girmesiyle birlikte turizm yatırımlarının artması ve mimarisini koruma faaliyetlerine daha çok dikkat edilmesi gibi etkenler yabancı turistlerin ilgisini bölgeye çekilmesini sağlamıştır ve turizm faaliyetlerini hızlandırmıştır. Safranbolu'y'u dünya çapında ünlenmesini sağlayan ana etken, Osmanlı dönemi kültürünün izlerini taşıyan Safranbolu evleridir (Ayaz vd.2015:s.54). Hem mimari yapıları ve

kentsel konumuyla dikkat çeken 2000 Safranbolu konutunun yaklaşık 800 tanesi yasal koruma altındadır (Şendil, 2017:66).

2016 verilerine göre Safranbolu'da konaklama tesislerinde konaklama yapan turist istatistik toplamına bakıldığındaysa yabancı turist sayısının 32.069 kişi, yerli turist sayısının 205.144 olduğu belirtilmiştir. Ayrıca yabancı turistlerin ağırlıklı olarak Çin Halk Cumhuriyeti (14634 kişi) ve Tayvan (10504 kişi) vatandaşıdır (b.internet:2018).

2.2.Araştırmmanın Amacı

Bu araştırmmanın ana amacı; Safranbolu da faaliyette bulunan konaklama işletmelerinde finansal olmayan verilerin raporlanabilirliğinin belirlenmesidir. Alt amacı ise finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesinin belge türü, türü, faaliyet yılı ve personel eğitim düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığını saptamaktır. Bu çalışmada elde edilen veriler ile konaklama işletmelerinde kullanılması gereklili olan finansal olmayan verilerin işletmelerin raporlama sisteminde ne ölçüde yer aldığı ve hangi finansal olmayan verilerin diğerlerine oranla daha fazla tercih edildiği saptanmıştır. Ayrıca elde edilen veri sonuçları ile konaklama işletmelerinin başarısında yöneticilerin amaca uygun, doğru ve zamanlı karar verebilmelerine katkıda bulunmalarını sağlayarak gelecekle ilgili risk ve belirsizlikleri ortadan kaldırmalarına çözüm yollarına yönelik konaklama işletmelerine yol gösterici bir kaynak oluşturulmuştur.

2.3.Araştırma Soruları

Araştırmada, nicel araştırma yöntemi modellerinden mevcut durumu araştırmak ve belirlemek için betimsel araştırma modeli kullanılmıştır.

Konaklama işletmelerinde finansal olmayan (müşterinin geri gelme olasılığı, şikayetleri, memnuniyeti, müşteri profili, Otel doluluk oranı, malzeme verim oranı, işgücü verim oranı, personel devir hızı, stok seviyeleri, çalışan önerileri) verileri ne oranda kullanılmaktadır ve finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesinin belge türü, türü, faaliyet yılı ve personel eğitim düzeyi arasında bir ilişki varmidır?

2.4.Araştırma Yönetimi

Araştırmmanın evrenini 2017 yılı verilerine göre Karabük ili Safranbolu ilçesindeki 24 adet Turizm işletme belgeli konaklama tesisi ve 90 adet belediye belgeli

konaklama tesisi olmak üzere toplamda 114 adet konaklama tesisi oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenin ulaşılabilir sayıda olmasından dolayı, tamsayım örneklem yöntemi kullanılarak, evrenin tümüne ulaşılması hedeflenmiştir.T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Safranbolu Danışma Bürosu internet sayfasındaki konaklama işletmesine ait güncel veriler kullanıldı. Çalışmada anketlerle veri toplanmasında birebir konaklama işlemesindeki yetkili bireylere anketler dağıtılp daha sonra elden de toplanmıştır. Kılıç ve Ural, (2005:43) çalışmalarında 114 evren büyüğünü karşılık bir evrende evreni temsil edecek olan örneklem sayısının 92 olduğunu belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında 114 kişiye uygulanan anketin 84 tanesine cevap verilmiş, 8 tane anket eksik doldurulduğundan geçersiz kabul edilerek geçerli anket sayımız 76 olarak işleme alınmıştır. Ayrıca 30 konaklama işletmesi anket doldurmayı kabul etmemiştir. Geçerli anket sayısı 76 adet olarak Bu sayı evrenin %67 sini oluşturmaktadır. Ankete verilen cevaplar SPSS (Statistic Program for Social Science) programı kullanılarak; frekans, Anova, T-Testi, uygulanarak analiz edilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olan ve iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde; konaklama işletmelerinin finansal olmayan verilerin raporlana bilirliğinin belirlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise; tanımlayıcı bilgilere ilişkin görüşlere yer verilmiştir. Araştırma, sadece Safranbolu'da faaliyet gösteren turizm işletme ve belediye belgeli konaklama işletmelerini kapsamaktadır.

3.BULGULAR

Tablo.2. Demografik Özellikler

| | SIKLIK | YÜZDE | GEÇERLİ YÜZDE |
|---------------------------------|--------|-------|---------------|
| Konaklama İşletmesi Türü | | | |
| Konak | 37 | 48,68 | 48,68 |
| Butik Otel | 6 | 7,89 | 7,89 |
| Pansiyon | 18 | 23,68 | 23,68 |
| Otel | 15 | 19,75 | 19,75 |
| Toplam | 76 | 100 | 100 |

| Konaklama İşletmesi Belge Türü | | | | | |
|---|----|--------|--------|--|--|
| Turizm İşletme Belgeli | 24 | 31,58 | 31,58 | | |
| Belediye Belgeli | 52 | 68,42 | 68,42 | | |
| Toplam | 76 | 100 | 100 | | |
| Katılımcı Eğitim Düzeyi | | | | | |
| Lise ve Altı | 35 | 46,05 | 46,05 | | |
| Lisans | 37 | 48,68 | 48,68 | | |
| Yüksek Lisans | 4 | 5,27 | 5,27 | | |
| Toplam | 76 | 100 | 100 | | |
| Konaklama İşletmesinin Faaliyet Yılı | | | | | |
| 11 Yıl ve Üstü | 12 | 15,79 | 15,79 | | |
| 11-15 Yıl | 19 | 25,00 | 25,00 | | |
| 6-10 Yıl | 32 | 42,10 | 42,10 | | |
| 1-5 Yıl | 13 | 17,11 | 17,11 | | |
| Toplam | 76 | 100,00 | 100,00 | | |

| Değişkenler | Hiç katılmıyorum | | Kısmen Katılıyorum | | Tamamen Katılıyorum | | Ort. |
|---|------------------|------|--------------------|------|---------------------|------|------|
| | F (x) | % | F (x) | % | F (x) | % | |
| Müşterinin geri gelme olasılığı raporlanmaktadır. | 12 | 15,8 | 34 | 44,7 | 30 | 39,5 | 2,24 |
| Müşteri şikayetleri raporlanmaktadır. | 9 | 11,8 | 36 | 47,4 | 31 | 40,8 | 2,29 |
| Müşteri memnuniyet anketi raporlanmaktadır. | 5 | 6,6 | 38 | 50,0 | 33 | 43,4 | 2,37 |
| Çalışan memnuniyeti raporlanmaktadır. | 6 | 7,9 | 37 | 48,7 | 33 | 43,4 | 2,36 |
| Müşteri profili raporlanmaktadır. | 5 | 6,6 | 34 | 44,7 | 37 | 48,7 | 2,42 |
| Otel doluluk oranı raporlanmaktadır. | 7 | 9,2 | 31 | 40,8 | 38 | 50,0 | 2,41 |
| Malzeme verim oranı raporlanmaktadır. | 7 | 9,2 | 34 | 44,7 | 35 | 46,1 | 2,37 |
| İşgücü verim oranı raporlanmaktadır. | 5 | 6,6 | 36 | 47,4 | 35 | 46,1 | 2,39 |
| Personel devir hızı raporlanmaktadır. | 2 | 2,6 | 37 | 48,7 | 37 | 48,7 | 2,46 |
| Stok seviyeleri raporlanmaktadır. | 6 | 7,9 | 33 | 43,4 | 37 | 48,7 | 2,41 |
| Çalışan önerileri raporlanmaktadır. | 3 | 3,9 | 36 | 47,4 | 37 | 48,7 | 2,45 |

Tablo.3.Araştırmada Kullanılan Değişkenlere Ait Frekans Dağılımları

Araştırmada yapılan otel işletmelerinde finansal olmayan veri olarak müşterinin geri gelme olasılığının raporlanması sorusuna katılımcıların % 15,8 si hiç katılmamakta, %44,7 si kısmen katılmakta, %39,5 i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,24 bulunmuştur ve çoğunluğun müşterinin geri gelme olasılıklarının raporlanması tam bir sistematik raporlamanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Müşteri şikayetlerinin raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 11,8 si hiç katılmamakta, %47,4 si kısmen katılmakta, %40,8 i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,29 bulunmuştur ve çoğunluğun müşteri şikayetlerinin raporlanması tam bir sistematik raporlamanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Müşteri memnuniyet anketi raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 6,6 si hiç katılmamakta, %50,0 si kısmen katılmakta, %43,4 i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,37 bulunmuştur ve çoğunluğun Müşteri memnuniyet anketi raporlanması tam bir sistematik raporlamanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Çalışan memnuniyeti raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 7,9 si hiç katılmamakta, %48,7 si kısmen katılmakta, %43,4 i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,36 bulunmuştur ve çoğunluğun Çalışan memnuniyeti raporlanması tam bir sistematik raporlamanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Müşteri profili raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 6,6 si hiç katılmamakta, %44,7'si kısmen katılmakta, %48,7'si tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,42 bulunmuştur ve çoğunluğun müşteri profili raporlanması tam bir sistematik olarak raporladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Otel doluluk oranı raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 9,2 si hiç katılmamakta, %40,8'i kısmen katılmakta, %50,0'i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,41 bulunmuştur ve çoğunluğun otel doluluk oranı raporlanması tam bir sistematik olarak raporladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Malzeme verim oranı raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 9,2 si hiç katılmamakta, %44,7'i kısmen katılmakta, %46,1'i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,37 bulunmuştur ve çoğunluğun malzeme verim oranı raporlanması tam bir sistematik olarak raporladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

İşgücü verim oranı raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 6,6'sı hiç katılmamakta, %47,4'ü kısmen katılmakta, %46,1'i tamamen katıldıklarını belirt-

mişlerdir. Genel ortalama 2,39 bulunmuştur ve çoğunluğun İşgücü verim oranı raporlanması tam bir sistematik raporlanmanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşmaktadır.

Personel devir hızı raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 2,6'sı hiç katılmamakta, %48,7'si kısmen katılmakta, %48,7'si tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,46 bulunmuştur ve raporlamayı yapanlarla sistematik olarak raporlayanların sayısının eşit olduğu sonucuna ulaşmaktadır.

Stok seviyeleri raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 7,9 si hiç katılmamakta, %43,4'i kısmen katılmakta, %48,7'i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,41 bulunmuştur ve çoğunluğun Stok seviyeleri raporlanması tam bir sistematik olarak raporladığı sonucuna ulaşmaktadır.

Çalışan önerileri raporlanması sorusuna ise katılımcıların % 3,9 si hiç katılmamakta, %47,4'ü kısmen katılmakta, %48,7'i tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel ortalama 2,45 bulunmuştur ve çoğunluğun çalışan önerileri raporlanması tam bir sistematik olarak raporladığı sonucuna ulaşmaktadır.

Tablo.4. Konaklama işletmesinin belge türü ile finansal olmayan raporlama sistemleri arasındaki ilişki.

| DEĞİŞKENLER | HİPOTEZ | Varyans durumu | Anlamlılık | Levene varyans eşitliği testi | Eşitlik anlamı için t-testi | d (etki büyüğlüğü) | ORTALAMA | |
|---|---------|----------------|------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------------|--|
| | | | | Anlamlılık (2tailed) | Turizm İş. Belgeli | | Mahalli İdarece Belgeli | |
| 1.Müşterinin geri gelme olasılığı raporlanmaktadır. | RED | Eşit | ,827 | ,064 | 0,46 (küçük) | 2,46 | 2,13 | |
| 2.Müşteri şikayetleri raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,438 | ,008 | 0,68 (orta) | 2,58 | 2,15 | |
| 3.Müşteri memnuniyet anketi raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,478 | ,011 | 0,65 (orta) | 2,63 | 2,25 | |
| 4.Çalışan memnuniyeti raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,392 | ,030 | 0,55 (orta) | 2,58 | 2,25 | |

| | | | | | | | |
|---|-------|-----------|------|------|------------------|------|------|
| 5.Müşteri profili raporlanmaktadır. | RED | Eşit | ,621 | ,120 | 0,39 (az) | 2,58 | 2,35 |
| 6.Otel doluluk oranı raporlanmaktadır. | KABUL | Eşitdeğil | ,006 | ,000 | 1,11 (çok büyük) | 2,79 | 2,23 |
| 7.Malzeme verim oranı raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,472 | ,006 | 0,71 (orta) | 2,67 | 2,23 |
| 8.İsgücü verim oranı raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,101 | ,000 | 0,93 (büyük) | 2,75 | 2,23 |
| 9.Personel devir hızı raporlanmaktadır. | KABUL | Eşitdeğil | ,016 | ,000 | 1,07 (çok büyük) | 2,79 | 2,31 |
| 10.Stok seviyeleri raporlanmaktadır. | KABUL | Eşit | ,328 | ,015 | 0,62 (orta) | 2,67 | 2,29 |
| 11.Calışan önerileri raporlanmaktadır. | RED | Eşit | ,248 | ,591 | 0,13 (çok küçük) | 2,50 | 2,42 |

Müşterinin geri gelme olasılığının raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($0,064 < 0,05$). Hipotez reddedilmiştir.

Müşteri şikayetleri raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,008 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla müşteri şikayetlerinin raporlanması dikkat etmektedir.

Müşteri memnuniyet anketi raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,011 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla müşteri memnuniyet anket raporlamasına dikkat etmektedir.

Çalışan memnuniyeti raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,030 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla Çalışan memnuniyeti raporlanması dikkat etmektedir.

Müşteri profili raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($0,120 < 0,05$). Hipotez reddedilmiştir.

Otel doluluk oranı raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,00 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla Otel doluluk oranı raporlanması dikkat etmektedir.

Malzeme verim oranı raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,006 < 0,05$). Turizm işletme belgeli

işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla Malzeme verim oranı raporlanmasına dikkat etmektedir.

İşgücü verim oranı raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,00 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla İşgücü verim oranı raporlanmasına dikkat etmektedir.

Personel devir hızı raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,00 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla Personel devir hızı raporlanmasına dikkat etmektedir.

Stok seviyeleri raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık vardır ($0,15 < 0,05$). Turizm işletme belgeli işletmeler mahalli idarece belgeli işletmelere oranla daha fazla Stok seviyeleri raporlanmasına dikkat etmektedir.

Çalışan önerileri raporlanması görüşü ile Konaklama işletmesinin belge türü arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($0,064 < 0,05$). Hipotez reddedilmiştir.

Levene testi ile tablo.2.deki finansal olmayan değişkenlerin anlamlılık değerlerine baktığımızda müşterinin geri gelme olasılığı, müşteri şikayetleri, müşteri memnuniyet anketi, çalışan memnuniyeti, müşteri profili, malzeme verim oranı, işgücü verim oranı, stok seviyeleri, çalışan önerilerinin raporlana bilirliğinin hesaplanan anlamlılık değerleri eşik değerimiz olan 0,05 değerinden oldukça yüksek olduğundan söz konusu grupların varyansları arasında anlamlı bir farklılık yoktur diğer bir deyişle varyanslar homejendir. Yani varsayımda sağlanmıştır.

Buna karşın finansal olmayan değişkenlerden otel doluluk oranı ve personel devir hızının raporlana bilirliğinin hesaplanan anlamlılık değerleri eşik değerimiz olan 0,05 değerinden küçük olduğundan söz konusu grupların varyansları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Varsayımda sağlanmadığından analizde anlamlılık(2 tailed) alt satır kullanılmıştır.

Tabloda müşterinin geri gelme olasılığı, müşteri profili ve çalışan önerileri raporlanması anlamlılık (2 tailed) değerine baktığımızda anlamlılık ($> 0,05$) olduğu için tesisin belge türü (turizm işletme belgeli ve mahalli idare belgeli konaklama işletmeleri) ile müşterinin geri gelme olasılığı, müşteri profili ve çalışan önerilerinin raporlanması arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Buna karşın müşteri şikayetleri, müşteri memnuniyet anketi, çalışan memnuniyeti, otel doluluk oranı, malzeme verim oranı, işgücü verim oranı, personel devir hızı, stok seviyeleri raporlanması anlamlılık (2 tailed) değerine baktığımızda anlamlılık ($> 0,05$) olduğu için tesisin belge türü (turizm işletme belgeli ve mahalli idare belgeli konaklama işletmeleri) ile müşterinin geri gelme olasılığı, müşteri profili ve çalışan önerilerinin raporlanması arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

<0,05 olduğu için tesisin belge türü ile müşteri şikayetleri, müşteri memnuniyet anketi, çalışan memnuniyeti, otel doluluk oranı, malzeme verim oranı, işgücü verim oranı, personel devir hızı, stok seviyeleri raporlanması arasında anlamlı bir fark vardır. Gözlemlenen anlamlılık değerlerinin gruplar arası farklılığın şiddeti ve derecesi hakkında bilgi veren etki büyülüğünün hesaplanması, yorumlanmasıını aşağıdaki formüllerden yardım alınarak yapılmış (Internet:Yıldırım, 2017) ve değerler hesaplanarak tablo.2'de belirtilmiştir. Formülü yardım ile hesaplanan etki büyülüğu sonucu yardım ile değer aralığı yorumlamasını "d>1 ise çok büyük, 0,8< d <1 ise büyük, 0,5<d<0,8 ise orta 0,2 < d < 0,5 ise küçük (az) etki" aralıkları kullanılarak yapılmıştır.

Sonuç olarak Safranbolu'daki turizm işletme belgeli işletmeler finansal olmayan raporlama sistemlerini ölçmeye yönelik davranışların raporlanması mahalli idarece belgelere işletmelere oranla daha fazla tercih ettiği görülmüştür.

Tablo.5. Finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesinin türü (Konak, butik otel, yıldızlı otel pansiyon) ilişkisi.

| | İşletme sayısı | Ortalama | | | | | |
|------------------|----------------|----------|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| Konak | 37 | 2,42 | | | | | |
| Butikotel | 6 | 2,32 | | | | | |
| Pansiyon | 18 | 2,22 | | | | | |
| Otel | 15 | 2,49 | | | | | |

Finansal_Olmayan_Rapor

| | Karaler Toplami | Serbestlik derecesi | Ortalama kare | F | Anlamlılık | Varyansların Homajenliği |
|-----------------------|-----------------|---------------------|---------------|-------|------------|--------------------------|
| Gruplar arası | ,708 | 3 | ,236 | 2,092 | ,109 | ,736 |
| Gruplar içinde | 8,120 | 72 | ,113 | | | |
| Toplam | 8,827 | 75 | | | | |

Anlamlılık değeri $0,736 > 0,05$ 'ten büyük olduğundan grupların varyansları arasında farklılık yoktur. Grupların varyanslarının homojen olduğu, benzer şekilde dağıldıkları görülmüştür. Bu durumda anova tablosu değerlerine bakabiliyoruz.

Grupların ortalamaları arasında farklılıklar yoktur ($0,109 > 0,05$). Yani farklı konaklama türleri ile finansal olmayan raporlama eğilimleri arasında bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo.6. Finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesinin faaliyet yılı arasındaki ilişki.

| | İşletme sayısı | Ortalama | | | |
|-------------|----------------|----------|--|--|--|
| | | | | | |
| 15 Yıl Üstü | 12 | 2,28 | | | |
| 11-15 Yıl | 19 | 2,32 | | | |
| 6-10 Yıl | 32 | 2,36 | | | |
| 1-5 Yıl | 13 | 2,60 | | | |

Finansal_Olmayan_Rapor

| | Karaler Toplami | Serbestlik derecesi | Ortalama kare | F | Anlamlılık | Varyansların Homojenliği |
|----------------|-----------------|---------------------|---------------|-------|------------|--------------------------|
| Gruplar arası | ,846 | 3 | ,282 | 2,545 | ,046 | |
| Gruplar içinde | 7,981 | 72 | ,111 | | | |
| Toplam | 8,827 | 75 | | | | ,899 |

Anlamlılık değeri $0,899 > 0,05$ 'ten büyük olduğundan grupların varyansları arasında farklılık yoktur. Grupların varyanslarının homojen olduğu, benzer şekilde dağıldıkları görülmüştür. Bu durumda anova tablosu değerlerine bakabiliyoruz.

Tablo incelendiğinde finansal olmayan verilere eğilim ile konaklama işletmesinin faaliyet yılı arasında ($0,046 > 0,05$) anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. 1-5 yıl aralığında faaliyette olan konaklama işletmeleri 6-10, 11-15 ve 15 yıl üstü yıl aralığında faaliyette olan konaklama işletmelerine oranla daha fazla finansal olmayan raporlama sistemlerine eğilim gösterdikleri görülmüştür. İşletmelerin sektörde giriş süreleri uzadıkça finansal olmayan raporlama sistemlerine olan eğilimde azaldığı gözlemlenmiştir.

Tablo.7. Finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesindeki yönetici konumundaki personellerin eğitim düzeyi arasındaki ilişki.

| | İşletme Sayısı | Ortalama | | | | |
|---------------|----------------|----------|--|--|--|--|
| | | | | | | |
| Lise ve Altı | 35 | 2,21 | | | | |
| Lisans | 37 | 2,50 | | | | |
| Yüksek Lisans | 4 | 2,70 | | | | |

Finansal_Olmayan_Rapor

| | Karaler Toplamı | Serbestlik derecesi | Ortalama kare | F | Anlamlılık | Varyansların Homojenliği |
|----------------|-----------------|---------------------|---------------|--------|------------|--------------------------|
| Gruplar arası | 1,972 | 2 | ,986 | 10,497 | ,000 | ,244 |
| Gruplar içinde | 6,856 | 73 | ,094 | | | |
| Toplam | 8,827 | 75 | | | | |

Anlamlılık değeri $0,244 > 0,05$ 'ten büyük olduğundan grupların varyansları arasında farklılık yoktur. Grupların varyanslarının homojen olduğu, benzer şekilde dağıldıkları görülmüştür. Bu durumda anova tablosu değerlerine bakabiliyoruz.

Tablo incelendiğinde finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesindeki yönetici konumundaki personellerin eğitim düzeyi arasında ($,000 < 0,05$) anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Yüksek lisans mezunu idarecilerin lisans ve lise ve altı mezunu idarecilere oranla daha fazla finansal olmayan raporlama sistemlerini kullanma eğiliminde bulunduklarını göstermektedir. Bu da eğitim seviyesinin yükselmesi ile finansal olmayan raporlama sistemlerine eğilimin arttığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Konaklama endüstrisinde finansal olmayan veriler kullanılarak yapılan yönetsel raporlama sistemleri çok sayıda rekabet ortamında olan işletmeler için önemli bir kaynak haline gelmiştir. Finansal veriler işletmelerin hedeflerine ulaşmasında kullanılan tek unsur olmadığından işletmelerin faaliyetlerinin başarı sonuçlarını tam olarak değerlendirememektedir. Yapılan çalışmada konaklama işletmelerinde finansal olmayan raporlama sistemlerini ölçmek için oluşturulan müşterinin profili, geri gelme olasılığı, şikayetleri, memnuniyeti, otelin doluluk oranı, çalışan memnuniyeti, çalışan önerileri, personel devir hızı, malzeme ve iş

gücü verim oranı gibi yönetsel raporlama sistemleri kullanılarak finansal verilerin işletmelerin hedeflerine ulaşmasında kullandığı tek unsur olmadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Ankete katılan konaklama işletmesi yöneticilerin verdikleri yanıtlardan çoğunluğun müşteri profili, otel doluluk oranı, malzeme verim oranı, stok seviyeleri çalışan önerileri raporlanmasını tam bir sistematik olarak raporladığı, Personel devir hızı raporlamayı kısmen yapanlarla sistematik olarak raporlayanların sayısının eşit olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buna karşın çoğunluğun müşterinin geri gelme olasılıkları, müşteri şikayetlerini, müşteri memnuniyet anketi, çalışan memnuniyeti, işgücü verim oranı raporlamalarını tam bir sistematik olarak raporlananın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı, sonucuna ulaşmaktadır.

Sonuç olarak genel ortalamalara bakıldığından konaklama işletmelerinin finansal olmayan raporlama sistemlerini rapor altına aldıları fakat tam bir sistematik raporlamanın yapılmadığı zaman zaman raporlandığı sonucuna ulaşmıştır.

Ayrıca T-Testi analizi ile konaklama işletmesinin belge türü ile finansal olmayan raporlama sistemleri arasındaki ilişki sonuçları Safranbolu'daki turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri finansal olmayan raporlama sistemlerini ölçmeye yönelik davranışlarının raporlanması mahalli idarece belgeli konaklama işletmelerine oranla daha fazla tercih ettiğini göstermiştir. Anova analizi ile ise konaklama işletmesinin türü (Konak, butik otel, yıldızlı otel pansion) ile finansal olmayan raporlama eğilimleri arasında farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Finansal olmayan veriler ile konaklama işletmesindeki yönetici konumundaki personellerin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Yüksek lisans mezunu idarecilerin lisans ve lise ve altı mezunu idarecilere oranla daha fazla finansal olmayan raporlama sistemlerini kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Finansal olmayan raporlama sistemlerine eğilimin yönetici konumındaki bireylerin eğitim seviyesinin artış göstermesiyle orantılı olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca konaklama işletmesinin faaliyet yılı ile finansal olmayan raporlama eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. 1-5 yıl aralığında faaliyyette olan konaklama işletmeleri 6-10, 11-15 ve 15 yıl ve üstü yıl aralığında faaliyyette olan konaklama işletmelerine oranla daha fazla finansal olmayan raporlama sistemlerine eğilim gösterdikleri görülmüştür. İşletmelerin sektöré giriş süreleri uzadıkça finansal olmayan raporlama sistemlerine olan eğilimde azaldığı gözlemlenmiştir.

Konaklama endüstrisinde finansal olmayan verilerin raporlanması benimsenmesi, konaklama işletmelerinin yönetsel raporlama sistemleriyle yöneticilerin

zamanında ve doğru bir şekilde karar vermesini sağlayarak finansal verilere ek fayda sağlayabileceği görülmektedir. Günümüzde konaklama işletmelerinin rakiplerin önüne geçmelerinde finansal olmayan raporlama sistemlerini şirket politikaları ile uyum içinde verimli ve düzenli olarak yürütülmesi güvenilir finansal ve finansal olmayan bilgilerin zamanında hazırlanması işletmelerin hedeflerine güvenilir bir şekilde ulaşmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKLAR

Afriyie, S. Donkor, P. Nimsah, W. K. Ve Danquah, B. A. (2016). Customer Complaints Management Practices on Service Performance of the Public Sector in Ghana. The Case of Ghana Water Company Limited. American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences (ASRJETS).17(1):307-317.

Akçakanat, T. Kılıklı, M. ve Çarıkçı, İ. H. (2015). Yönetim Geliştirme Aracı Olarak Müşteri Geri Bildirimlerinin Önemi:Turizm İşletme Belgeli 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi.6(13):72-89.

AYAZ Nurettin, BATI Taner, GÖKMEN Fatma, "Safranbolu'yu Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Destinasyon İmajı Algıları", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı:1, 2015.

Banker, R. D., Potter, G., & Srinivasan, D. (2005). Association of nonfinancial performance measures with the financial performance of a lodging chain. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 46(4), 394-412

Barutçugil, İsmet Sabit (1982), Turizm İşletmeciliği, Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları

Drury, Colin (2001), Management Accounting for Business Decisions: 2nd Edition, London: Thomson Learning (Cengage Learning Business Press) Publishers.

Durgut, M. (2017). Yönetim Muhasebesi Kapsamında Performans Değerlemede Finansal Olmayan Verilerin Kullanımı ve Raporlanması. Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi 5 (2), 245-255.

GÖNENÇ Gökhan, Rehber Safranbolu, İstanbul, Ceyma Matbaacılık, 2005.

İçöz Orhan, "2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri", Turizm Yıllığı, Türkiye Kalkınma Bankası AŞ., 1994.

Kırlioğlu,H.,Doğan, Ö. (2016).Konaklama İşletmeleri Yönetim Muhasebesi'nin 2000-2014 Yılları Arası Akademik Gelişim Süreci. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*. 2(1).36-161

Koçak, N., (2001).Konaklama İşletmelerinde Animasyonun Önemi ve Animasyon Personeline Yönelik Bir Araştırma .Dokuz Eylül Üniversitesi İ.I.B.F. Dergisi. 16(1),61-79

Nita B., 2014, Sprawozdawczość zarządcza. Analizy i raporty wewnętrzne w contollingu, PWN, Warszawa.

Nita,B. (2015). Methodological Issues Of Management Reporting Systems Design. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu Research Papers Of Wrocław University Of Economics (375) 105-117

Özdemir,Ü. (2007). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu (Kabul tarihi :21-23 Kasım 2007).

Sarı,M. ve Çam, A.V. (2014). Konaklama İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi Uygulamaların Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi. (9), S.247-266

Sezgin, O.M. (2001). Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Şendil,G.N.,(2017). Kent Kimliği: Safranbolu Öreği. Yüksek Lisans Tezi.T. C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kentleşme Ve Çevre Sorunları Bilim Dalı.

YAŞAR Mürvet, Asaletin ve Sağduyunun Kenti Safranbolu, İstanbul, Melisa Matbaacılık, 2004.

Yıldırım Ercan Çalış ve Nur Baran Altınsoy (2014)Yönetim Raporlama Sisteminde Sorumluluk Muhasebesi: Bir İnşaat İşletmesinin Maliyet Merkezine Yönelik Performans Analizi. AKÜ İİBF Dergisi- 16(1).S.29-44 <http://www.tanitma.gov.tr/TR,22666/safranbolu.html> (Erişim tarihi:21.10.2017)

HALL, James. (2011) **Accounting Information Systems**. 7.Ed. South Western: U.S.A.
a.<http://www.muhasebedersleri.com/muhasebe-denetimi/ic-kontrol-sistemi.html>.
Erişim Tarihi:16.11.2017 b.<http://www.safranboluturizmdanismaburosu.gov.tr/TR,156223/turist-istatistikleri.html>. Erişim tarihi:25.01.2018

TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE VE SEBZE İHRACATININ GELİŞİMİNDE BEKLENTİLER VE SORUNLAR: FİNİKE BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Hakan TUNÇ¹⁹

Özet

Dış ticarette, üstün sektörlerin tespiti ve bu sektörlerin beklenti ve sorunlarının tespiti ülkelerin ihracat sektörünün gelişiminde önemli bir role sahiptir. Türkiye'de yaş meyve ve sebze sektörü 2016 ve 2017 yılında 2 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye geniş ve verimli ovalara sahip olmasına rağmen 2017 yılında yaş meyve ve sebze ihracatının, toplam ihracata oranı sadece yüzde 1.5 civarındadır.

Bu çalışmada Antalya iline bağlı Finike, Kumluca ve Demre ilçesinde faaliyet gösteren 43 adet tarımsal işletmeye ihracat sektöründe yaşadıkları sorunlar hakkında bir anket uygulaması yapılmıştır. Anket sonucunda firmalar, bölgenin yaşadığı en önemli ihracat sorunlarını: hal yasasının yetersizliği, hükümetin kendi sorunlarını doğru algılamadığını ve desteklerin yetersiz olduğu şeklinde beyan etmişlerdir. Ayrıca uygulama kısmın beyan edilen en önemli sorunları etkileyen diğer sorunlar Regresyon modelleri yardımıyla incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat Sorunları, Finike, Yaş Meyve ve Sebze, Regresyon
JEL Kodları: F1,F14,R11

EXPECTATIONS AND PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF FRESH FRUIT AND VEGETABLE EXPORTS IN TURKEY: SAMPLE OF FİNİKE REGION

Abstract

Determination of superior sectors in foreign trade and detection of the expectations and problems of these sectors, countries have an important role in the

19 Dr. Öğretim Üyesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi , Bankacılık ve Finans Bölümü, htunc@mehmetakif.edu.tr.

development of the export sector. In Turkey fresh fruit and vegetable sector in 2016 and in 2017 realized export of over 2 billion dollars. Although Turkey has broad and fertile plains the total exports of fresh fruit and vegetables in 2017 is only about 1.5 percent.

In this study, 43 agricultural enterprises operating in the provinces of Finike, Kumluca and Demre of Antalya a questionnaire on the problems they experienced in the export sector was conducted. As a result of the survey, firms declared that the most important export problems of the region were the inadequacy of the state law, the government did not perceive their problems correctly and the supports were inadequate. In addition, other problems affecting the most important problems declared in the application part have been examined with the help of regression models.

Keywords: Export Problems, Finike, Fresh Fruits and Vegetables, Regresyon

JEL Codes:F1,F14,R11

Giriş

Gelişmekte olan ekonomilerin kalkınma sürecinde, makroekonomik politikalar yerine bölgesel kalkınma politikalarının etkinliği birçok iktisatçı tarafından tartışılmaktadır. Ekonomileri yeteneklerine göre bölgelere ayırarak, her bölgenin üstün olduğu yetenekleri doğrultusunda politikalar uygulamak, ekonomide bir bütün olarak uygulanacak iktisat politikasına nazaran daha başarılı olabileceği ifade edilmektedir. Bir bölgenin başka bir bölgeden daha gelişmiş olması, ilgili bölgeye daha çok yatırım çekerken, diğer bölgelerin geri kalmışlığının artmasına neden olabilmektedir. İktisadi karar vericiler bir politika uygularken bugünkü gelişim kadar gelecekteki gelişimi de modele dâhil etmektedirler.

Gelişmekte olan ekonomilerde politika üretirken bölgenin üstünlükleri yanında, ülke için stratejik önemi olan sektörler de araştırılmaktadır. Bir sektörün stratejik sektör olabilmesi için hem ülkenin geleceği için potansiyele sahip olması hem de bugünkü ekonominin önemli sorunlarına çare niteliği taşıyan bir potansiyele sahip olması gerekmektedir. Dış ticaret sektörü hem ülkenin geleceği açısından önem arz ederken hem de bugün Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerin en önemli iktisadi sorunlarından olan cari açık sorunu açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye'de var olan cari açığı kapatabilmek ya da yönetebilir hale getirebilmek için ihracatın artması gerekmektedir. Bu açıdan bölgesel ekonomilere kadar inerek, her bölgenin ihracat açısından üstün olduğu ve üstün olabileceği

sektörler belirlenip, bu sektörlerin bekenti ve sorunları doğru tespit edilmelidir. Her ülke, üstünlükte farklılığı gibi kendi yapısından kaynaklanan dış ticaret sorunlarına sahip olabilir(Saatçioğlu ve Kutlu, 2004: 142).

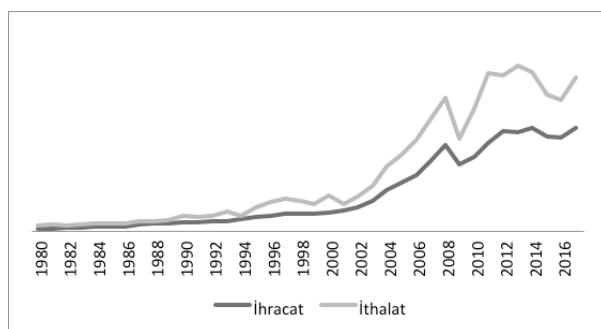
Bu çalışmada batı akdeniz bölgesinin en büyük ili olan Antalya ilinin Port Akdeniz Liman çıkışları ve Batı Akdeniz Bölgesi İhracatçılar Birliği verilerine göre en çok ihracatı gerçekleşen ikinci sektörü olan yaşı meyve- sebze sektörünün bekenti ve sorunları bölgede uygulanan bir Anket yardımıyla incelenmeye çalışılmıştır.

1- Türkiye'de Yaşı Meyve- Sebze İhracatı

Türkiye ekonomisi 24 Ocak 1980 kararları ile ithal ikameci sanayileşme modelini terk edip, dış açık sanayileşme modelini tercih etmiştir. Bu süreçle birlikte ülkede ihracat atağı başlamış fakat bununla birlikte ithalatta da artışlar gerçekleşmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde ülkenin en önemli göstergesi döviz kuru, en önemli iktisadi sorunu da cari açık haline gelmiştir.

Şekil 1'de 1980 ile 2017 yılları arasında Türkiye ekonomisinde gerçekleşen ihracat ve ithalat verilerine dair grafik verilmiştir. Grafikler incelendiğinde 2001 ekonomik krizinden sonra ülkede ihracatta ve ithalatta artan eğilim ve iki grafik arasındaki açılan fark dikkat çekicidir. Ayrıca grafik incelendiğinde ihracat ile ithalat arasındaki korale hareket iki değişkenin eşanlı hareket ettiğini göstermektedir. Tuik verilerine göre 1980 yılında 3 milyar dolar olan ihracat rakamı 2000 yılında 28 milyar dolara 2017 yılında ise 157 milyar dolara kadar artmıştır. (TUİK, 2018).

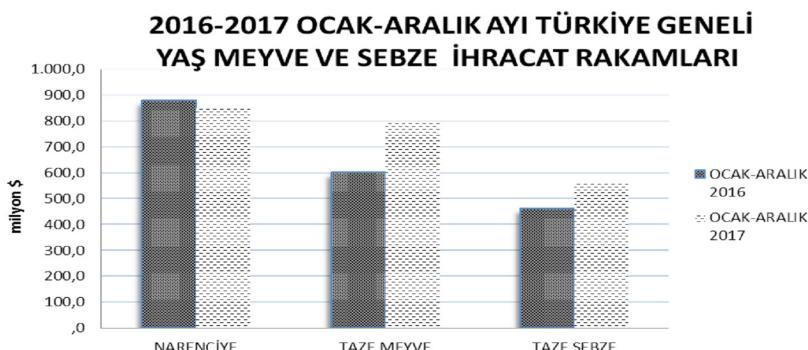
Şekil: 1 1980-2016 Yılları Arasında İhracat ve İthalat



Kaynak: Tuik verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

İthalat ise 1980 yılında 8 milyar dolar iken 2000 yılında 54 milyar dolara 2017 yılında ise 233 milyar dolara kadar çıkmıştır(TUİK, 2018). 1980 yılında 5 milyar dolar olan dış ticaret açığı 2000 yılında 26 milyar dolara, 2017 yılında ise 76 milyar dolara kadar yükselmiştir. Ülkede ki yaş meyve- sebze ihracatı incelen- diğinde 2016 yılında 1.9 milyar dolar iken 2017 yılında ise % 13 artış göstererek 2.32 milyar dolar olmuştur. Ayrıca 2016 yılında 0,013 olan toplam ihracata oranı 2017 yılında 0,014 oranına kadar yükselmiştir(YMS²⁰, 2018: 1). Ülkenin bir tarım ülkesi olması verimli ovalara sahip olmasına rağmen bu oranın düşük olması dikkat çekicidir.

Şekil:2, 2016-2017 Yaş Meyve ve Sebze İhracat Türlerine Göre Dağılım



Kaynak: YMS Değerlendirme Raporu, Ocak- Aralık 2017

Şekil 2 incelendiğinde 2016-2017 yıllarında gerçekleşen yaş meyve ve sebze ihracatının türlerine göre dağılımı verilmiştir. Her iki yılda da narenciyenin ve meyvenin üstünlüğü gözükmemektedir.

Tablo:1 2016-2017 Ülkelere Göre Yaş Meyve ve Sebze İhracatı (milyon dolar)

| | 2016 | 2017 |
|-----------------|------|------|
| Rusya | 331 | 638 |
| Irak | 292 | 254 |
| Almanya | 200 | 207 |
| Romanya | 112 | 131 |
| Ukrayna | 132 | 112 |
| Suudi Arabistan | 119 | 102 |
| Beyaz Rusya | 112 | 101 |
| Hollanda | 54 | 54 |
| Polonya | 50 | 54 |
| Bulgaristan | 45 | 48 |
| Gürcistan | 73 | 48 |

Kaynak: YMS Değerlendirme Raporu, Ocak- Aralık 2017, s.3.

Tablo:1'de 2016 ve 2017 yıllarında ülkelere göre yaş meyve ve sebze İhracatı milyon dolar cinsinde verilmiştir. Tablo 'da Rusya Bölgesine yapılan yaş meyve ve sebze ihracatının 2017 yılında iki katına çıkması dikkat çekicidir. Rusya ile yaşanan uçak düşürme hadisesi kaynaklı uluslararası siyasi sorunun etkisi net bir biçimde gözükmemektedir.

Tablo: 2 İller İtibarıyle Yaş Meyve Sebze İhracatı (milyon dolar)

| | 2016 | 2017 |
|----------|------|------|
| Mersin | 432 | 450 |
| Hatay | 427 | 448 |
| Antalya | 294 | 366 |
| Trabzon | 192 | 261 |
| İzmir | 99 | 147 |
| Adana | 148 | 141 |
| Manisa | 87 | 71 |
| Bursa | 53 | 67 |
| İstanbul | 37 | 45 |
| Şırnak | 32 | 42 |
| Isparta | 25 | 26 |

Kaynak: YMS Değerlendirme Raporu, Ocak- Aralık 2017, s.14.

Tablo:1'de 2016 ve 2017 yıllarında illere göre yaş meyve ve sebze İhracatı milyon dolar cinsinde verilmiştir. Tablo 'da çalışmanın konusu dâhilinde Antalya İlinin 2016 yılında 432 milyon dolar 2017 yılında 450 milyon dolar ihracatta artış dikkat çekicidir. Antalya İline komşu olan Isparta ilinde ise 2016 yılında 25 milyon 2016 yılında 26 milyon dolar ihracat gerçekleşmiştir.

Çalışmanın devamında Antalya ilinin İhracatı inceleneciktir. Antalya ili 2017 yılı itibariyle 1,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiştir. 2017 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının binde 7'sini gerçekleştirmiştir. 2017 yılında Antalya ilinde gerçekleşen 1.2 milyar dolar ihracatin 366 milyon doları (%36) yaş meyve ve sebze ihracatından kaynaklanmıştır. Ayrıca bölgede madencilik sektörünün ihracatı da dikkat çekicidir(Baka, 2014:27). Dolayısıyla yaş meyve ve sebze sektörü ilin ihracatı açısından stratejik bir sektör olduğu ifade edilebilir.

2-Araştırmancın Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada, Finike, Kumluca ve Demre bölgesinde yaş meyve ve sebze ihracatı yapan 43 firmaya bu süreçte yaşadıkları sorunları ve bekłentilerini tespit etmek için anket uygulaması yapılmıştır. Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği verilerine göre Finike, Kumluca ve Demre bölgesinde 60 adet yaş meyve ve sebze ihracatı yapan firma bulunurken, ilgili firmaların %70'ine ulaşılmıştır.

Ankete cevap veren firmaların % 49'unda 20 kişiden fazla çalışana sahipken % 60'ı 6 milyon doların üstünde ihracata sahiptir. Ankete cevap veren firmaların % 46'sı sade 3 ülkeye kadar ihracat yaparken % 60'ı aracı kullanarak ihracat yaptıklarını beyan etmişlerdir. Bölge firmaları en çok Avrupa bölgesine (%69) ihracat yaptıklarını ifade ederken arkasından Rusya'ya (%25) ve Türk Cumhuriyetlere (%6) ihracat yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo:3 Temel İstatistik Sonuçları (Sorunlar)

| | N | Mean | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|---|----|--------|----------------|----------|----------|
| Hal yayası değişmelidir. | 43 | 4,5814 | ,76322 | -2,815 | 10,781 |
| Hükümetin bizim sorunlarımızı doğru algılamadığını düşünüyoruz. | 43 | 4,5349 | ,85493 | -2,032 | 3,53 |
| Yaş meyve ve sebze ihracatında destekleri yetersiz buluyorum. | 43 | 4,4651 | ,63053 | -1,357 | 3,66 |
| Kaliteli eleman bulmakta zorluyoruz. | 43 | 4,4419 | ,73363 | -2,446 | 10,35 |
| Yaş meyve ve sebze ihracatında dış siyaset bizi çok etkiliyor. | 43 | 4,4419 | ,73363 | -1,687 | 3,79 |
| Sektör ihracat sorunlarını çözmek için bir araya gelemiyor. | 43 | 4,1860 | ,76394 | -1,342 | 2,796 |
| Aynı pazarlarda Türk üreticiler birbirleri ile rekabet etmektedir. | 43 | 4,1860 | ,54580 | -,808 | 5,521 |
| Maliyet yönetimimde işçilik giderleri bizi zorluyor. | 43 | 4,0698 | ,59343 | -1,447 | 6,064 |
| Vergi oranlarının yüksekliği bizi olumsuz etkiliyor. | 43 | 3,9302 | ,73664 | -2,137 | 6,921 |
| Avrupa ülkeleri öncelikle kendi ürünlerini tercih etmektedir. | 43 | 3,9302 | 1,03269 | -1,488 | 2,023 |
| Akdeniz tipi beslenme modeli hakkında fikrim var. | 43 | 3,8837 | ,79310 | -1,588 | 4,139 |
| Yabancıların getirdiği teknik engeller bizi zorluyor. | 43 | 3,8372 | 1,11120 | -1,410 | 1,426 |
| Yaş meyve ve sebze ihracatında en önemli kriterin fiyat olduğunu düşünüyorum. | 43 | 3,7674 | ,92162 | -1,422 | 1,678 |
| İhracatta en önemli sorun araçların çok olmasıdır. | 43 | 3,6279 | ,97647 | -1,102 | ,361 |

Tablo:3'de ankete cevap veren firmaların yaşı meyve ve sebze ihracatı sürecinde yaşadıkları sorunlar sorularına verdikleri cevapların sırası itibariyle temel istatistik sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde bölge firmaları, hal yasasının yetersiz olduğunu, hükümetin sorunlarını algılamadığını, desteklerin yetersiz olduğunu, dış ticaret konusunda uzman eleman bulmakta zorlandıklarını(Coşkun, 2012:185). ve dış siyasetin onları olumsuz etkilediği bu süreçte yaşadıkları önemli sorunlar şeklinde beyan etmişlerdir.

Tablo 4 Temel İstatistik Sonuçları (Güçlü ve Zayıf Yanlar)

| | N | Mean | Std. Deviation | Skewness | Kurtosis |
|--|----|--------|----------------|----------|----------|
| İhracatta en çok hormon kalıntıları bizi zorluyor.(güçlü) | 43 | 1,8372 | 1,19384 | 1,474 | 1,112 |
| Malimizi güvenli taşımakta zorlanıyoruz.(güçlü) | 43 | 2,0698 | 1,03269 | 1,216 | 0,945 |
| Türkiye'de soğutmalı taşımacılığın yetersiz olduğunu düşünüyorum.(güçlü) | 43 | 2,1628 | 1,08957 | 1,399 | 1,604 |
| Dolar/Euro kurunun haraketliliği bizi olumsuz etkiliyor.(güçlü) | 43 | 2,2093 | 1,38973 | 1,002 | -,344 |
| Pazar bulmakta zorlanıyoruz. (güçlü) | 43 | 2,6977 | 1,24470 | ,534 | -1,044 |
| Gümrük işlemleri çok enerjimizi alıyor.(zayıf) | 43 | 2,8140 | 1,15996 | ,477 | 1,279 |
| İhracatta en çok ilaç kullanımı bizi zorluyor.(zayıf) | 43 | 2,8140 | 1,21999 | ,456 | -1,247 |
| Üreticide her zaman "Nasıl olsa iç piyasaya satarım" düşüncesi var.(zayıf) | 43 | 3,3953 | 1,29357 | -,519 | -1,017 |

Tablo 4'de aynı firmaların yaşı meyve ve sebze ihracatı sürecinde güçlü ve zayıf yanlarına dair sorulara verdikleri cevaplara ilişkin temel istatistik sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde ihracatta teknik bir engel (Aktaş ve Adıgüzell, 2017:15). olan hormon kalıntılarının sorun olması konusunda düşük bir ortalama çıkması ve güvenli ve soğutmalı taşımacılık konusunda ortalamaların düşük çıkması güçlü yanlar olarak gözükmekken, gümrük işlemlerinin zorlamasına ve iç piyasası her zaman alternatif olarak görme eğilimlerine dair ortalamaların yüksek çıkması zayıf yanlar olarak gözükmektedir.

Tablo:5 Model Sonuçları

| Bağımlı Değişken: Hal Yasasını Yetersiz Bulma | Beta | Standart Beta | T Değeri | T sig değeri | VIF |
|---|-------------|----------------------|-----------------|---------------------|------------|
| Destekleri Yetersiz Bulma | ,549 | ,454 | 3,782 | ,001 | 1,332 |
| Hükümetin Sorunları Doğru Algılamama | ,372 | ,417 | 3,476 | ,001 | 1,332 |
| Bağımlı Değişken: Hükümetin Sorunları Doğru Algılamama | Beta | Standart Beta | T Değeri | T sig değeri | VIF |
| Hal yasasını Yetersiz Bulma | ,711 | ,652 | 5,942 | ,000 | 1,007 |
| Pazar Bulmakta Zorlanıyoruz | -,169 | -,307 | -2,724 | ,010 | 1,064 |
| Bağımlı Değişken: Destekleri Yetersiz Bulma | Beta | Standart Beta | T Değeri | T sig değeri | VIF |
| Hal yasasını Yetersiz Bulma | ,495 | ,599 | 5,295 | ,000 | 1,052 |
| Yaş meyve ve sebze ihracatında rakipler bizi olumsuz etkiliyor. | ,223 | ,282 | 2,488 | ,017 | 1,052 |

Tablo 5'te Finike, Kumluca ve Demre bölgesinde yaş meyve ve sebze ihracatı yapan 43 firmanın yaşadığı en önemli 3 sorun bağımlı değişken yapılarak 3 farklı regresyon modeli kurulmuştur. Firmaların en önemli sorun olarak beyan ettikleri hal yasasını yetersiz bulmayı, destekleri yetersiz bulma ve hükümetin sorunları doğru algılamama düşüncesi ile pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahip olduğu, diğer önemli sorun olan hükümetin sorunlarını doğru algılamaması ile hal yasasını yetersiz bulma ile pozitif yönlü, Pazar bulmakta zorlanma ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu, model de son olarak destekleri yetersiz bulma ile hal yasasını yetersiz bulma ve yaş meyve ve sebze ihracatında rakiplerin olumsuz etkilemesi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu saptanmıştır.

Analizler sürecinde bağımsız değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlılığı olasılık değerlerinin, ,05 kritik değerine göre yorumlanmıştır(Büyüköztürk, 2007) Regresyon modellerinin varsayımlarından biride bağımsız değişkelerin birbirini etkilememesi şartıdır. Tablo 5'da VIF değerleri incelendiğinde 3 bağımlı değişken içinde 1'e çok yakın değerlerdir. Bu durum bağımsız değişkenler arasında ilişkinin çok zayıf olduğunu göstermektedir(Kalaycı, 2005).

Tablo 6 Tanı Test Sonuçları

| Bağımlı Değişkenler | F değeri | F sig | Durbin Watson | Artıkların Skewness | Artıkların Kurtosis | Düzeiltmiş Re-kare |
|--|----------|-------|---------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Hal Yasası | 26,315 | ,000 | 1,832 | -,574 | ,125 | ,547 |
| Hükümetin Sorunları Doğru Algılamaması | 18,059 | ,000 | 2,027 | -,818 | ,935 | ,448 |
| Destekleri Yetersiz Bulma | 21,075 | ,000 | 1,925 | -,170 | -,728 | ,489 |

Tablo 6'da kurulan Regresyon modelleri için tanı test sonuçları verilmiştir. Kurulan üç modelin F değeri olasılık değerleri, 05'in altında olması modellerin bir bütün olarak anlamlı olduğunu gösterirken, Regresyon modellerinin bir diğer varsayımyı olan hata terimlerinin birbirini etkilememesi varsayımyı Durbin Watson katsayısı yardımıyla incelenmiştir. 3 bağımlı değişken içinde katsayılar +1,5 aralığında olması kısmen kabul edilebilir bir aralıktır(Kalaycı, 2005: 267). Modellerde incelenen son varsayıım ise artıkları normal dağılımdır. Artıkların Skewness ve Kurtosis değerlerinin +- 1,5 aralığında olması model artıklarının normale yakın bir dağılım sergilediğini göstermektedir(Tabachnick ve Fidell, 2013, Morgan, Leech, Gloeckner, Barret, 2004:59).

Sonuç

Gelişmekte olan ekonomilerin kalkınma süreçlerinde bölge ekonomilerinin potansiyellerini doğru analiz etmek gerekmektedir. Bu potansiyelin gelişimi ve gelecekteki varlığı mevcut sorunları iyi analiz edip sürekli gelişen bir sistem ortaya koymakla mümkündür. Her bölge her sektör ayrıntılı bir biçimde incelenip çözüm odaklı bir iktisat politikası tercih edilmelidir. Bu çalışmada Antalya bölgesinde Finike, Kumluca ve Demre bölgesinde yaşı meyve ve sebze ihracatı yapan firmaların ihracat süreçlerinde yaşadıkları sorunlar incelenmiştir.

Sonuçta bölge firmaları Hal yasasını en önemli sorun olarak ifade etmişlerdir. Özellikle tarladan tüketiciye giden süreçte malların fiyatındaki geometrik artışları ciddi motivasyon kaybına neden olmaktadır. Firmaların beyan ettikleri diğer sorun ise hükümetin sorunlarını doğru algılamadığıdır. Bu süreçte bölgede görev yapan hükümet temsilcileri mutlaka bölgelerinde sektörleri tanımları

gerekirse konu ile alakalı danışmanlar kullanmalıdır. Firmalar destekleri de yetersiz bulmaktadır.

Çalışmada bölgenin üstün ve zayıf yanları da incelenmeye çalışılmıştır. Firmalar taşımacılıkta, teknik engeller konusunda, Pazar bulma konularında kendilerini başarılı hissederken, gümruk işlemlerinin yoğunluğundan zorlandıkları beyan etmişlerdir.

Kaynakça

Tuik,(2018),[Http://Www.Tuik.Gov.Tr/Ustmenu.Do?Metod=Temelist](http://Www.Tuik.Gov.Tr/Ustmenu.Do?Metod=Temelist),(Erişim15.03.2018).

Yms,(2018), Yaş Meyve Sebze Değerlendirme Raporu, Ocak- Aralık 2017, Mersin.

Kalaycı, Ş. (2005) "Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri", Asıl Yayın Dağıtım, 1.Baskı, Ankara.

Tabachnick, B. G. Ve Fidell, L. S. (2013) "Using Multivariate Statistics", Sixth Ed., Pearson, Boston.

Baka, (2014), Batı Akdeniz Dış Ticaret Analizi 2002-2013, Aralık.

Büyüköztürk, Şener; (2007), "Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı", 7.Baskı, Pegem Yayıncılık.

Morgan, B. George, A., Nancy. L.L., Gloeckner, G.W., Karen. C. B.(2004). " Spss For Introductor,.Statistics: Use And Interpretation." Second Edition. London, Lawrance Erlbaum Associates.

Coşkun, A.,(2012), E-Dış Ticarette Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri: Gıda Sektörü Saatçioğlu, C., Kutlu, R.,(2004), Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı Üzerine Bir Uygulama (1993-2002), SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, s141-155.

Aktaş N., Adıgüzel, M.,(2017), Türkiye'nin Dış Ticaret Sorunları ve Tespiti, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Tartışma Metinleri, 65, s.1-17.

ARZ VE TALEP KAYNAKLARI AÇISINDAN TÜRKİYE'DE ALTIN

Şükrü CİCİOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü,

cicioglu@sakarya.edu.tr

Büşra ERARSLAN

busra_erarslan@hotmail.com

Özet

Altın; yerkabığında en az bulunan, dünyanın her yerinde para yerine geçen, yok olmaz, bozulmaz, bilinen en iyi iletken olan bir maden olarak kabul edilmişdir. Altını diğer metaller karşısında üretim hacminin sınırlı olması, inelastik arz yapısı, aynı veya benzer özelliğe sahip başka bir metalin olmayacağıdır. Altının diğer metaller karşısında bir diğer üstünlüğü de, uzun yıllar boyunca parasal sisteme bir değişim aracı olarak kullanılmış olması, halen tasarruf ve yatırım aracı olarak kullanılabilmesi ve günümüzde dünya ülkelerinin birçoğu tarafından rezerv aracı olarak kullanılmaya devam etmesidir. Bu çalışmada Türkiye'de altın piyasasında talep bağlamında mücevher talebi, T.C. Merkez Bankası Talebi ve yatırım amaçlı altın talebi; arz bağlamında ise altın madenciliği, hurda altın arzı ve T.C. Merkez rezervleri incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Altın, Altın Talebi, Altın Arzı, Altın Rezervi, Hurda Altın

JEL Kodları: E-40, E-42,E-49

MARKET DYNAMICS OF GOLD IN TURKEY

Abstract

Gold; has been regarded as a mine which is the least known in the earth's crust and is the best conductor known to survive all over the world.The limited production volume of gold compared to other metals, the intellectual supply structure is that there is no other metal with the same or similar characteristics. Another advantage of gold over other metals is that it has been used as a means of exchange in the monetary system for many years, can still be used as a

means of saving and investing, and continues to be used by many of the world's countries as a reserve tool. In this paper, the demand for jewellery in the context of demand in gold market in Turkey, T.C. Central Bank Request for gold and investment purposes; in the context of supply, gold mining, scrap gold supply and T.C. Central reserves are examined.

Keywords: Gold, Gold Demand, Gold Supply, Gold Reserve, Scrap Gold

JEL Codes: E-40, E-42,E-49

Giriş

Türklerin bin yillardır bilinen bazı toplumların güç bazlarının ise servet veya servet aracı olarak kabul ettiği altın önemli bir yere sahiptir. Ayrıca Türkler altın sanat ve kültür hayatında yer vermiştir ve altın kültürünü gelenek ve görenekleriyle günümüze kadar taşımışlardır.

Altın 1923'den 1980'li yıllara kadar çoğunlukla tasarruf aracı olarak kullanılmıştır. Bu dönemlerde altın'a olan talebi, bankalar tarafından tasarruflara verilen negatif faiz, döviz bulundurmanın yasak olması, alternatif finansal araçlarla menkul değerler piyasalarının olmayışı artırmıştır. Ayrıca bu dönemde serbest altın ticareti yoktur, bu durum da altın talebinin gayri resmi yollardan karşılaşmasını gündeme getirmiştir. Türkiye'de ekonominin her alanında serbest piyasaya geçiş politikalarının uygulanmaya başlaması ve 24 Ocak 1980 Kararları, altın sektörünün gelişimi için önemli adımlar olmuştur. 1980 yılından sonra yeniden yapılanma süreci içindeki en önemli gelişme İstanbul Altın Borsası'nın kurulması olmuştur. İstanbul Altın Borsası; altın fiyatlarının dünya fiyatlarına paralellik kazandırmıştır, ticareti yapılan altınların genel kabul gören saflik ve standartta olması zorunluluğu getirilmiştir ve altının kayıt altınına alınmasıyla sistemin şeffaf bir yapı kazandırmıştır.

Liberalleşme süreci ile beraber altını finansal sisteme katmak için altın sektöründe yeniden yapılanma gidilmiş, 1983 ve 1984 yıllarında altının ülke içindeki ticareti ve ithalatı belirlenen esaslara uymak koşuluyla serbest bırakılmıştır. Altın ihracatı ise belirli izinlere bağlanmıştır.

Aynı düzenlemeler kapsamında, altının ve döviz kurlarının TL karşısındaki değerinin belirlenmesinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) yetkili kılınmıştır. Bu yetki çerçevesinde, TCMB 1984 yılında Türk Lirası Karşılığı Altın Piyasasını kurmuş ve bu piyasa aracılığıyla altın ithal etmeye, ithal edilen altınları bireylere ve kurumlara TL karşılığı satmaya ve altının piyasa fiyatını Türk Lirası temelinde belirlemeye başlamıştır. 1989 yılında ise Döviz Karşılığı Altın Piyasası

kurularak TCMB tarafından ithal edilen altınlar bu piyasa aracılığıyla bireylere döviz ve efektif karşılığında satılmaya başlanmıştır (Çelik, 2015).

26 Temmuz 1995 yılında İstanbul Altın Borsası'nın açılması ve faaliyete geçmesi ile beraber altın ithalatı TCMB üyelerinin yanı sıra İstanbul Altın Borsası üyeleri tarafından da yapılmaya başlamıştır.

26 Temmuz 1995'te İstanbul Altın Borsası'nın açılmasıyla birlikte faaliyete başlayan ilk piyasa "Altın Piyasası"dır. Altın Piyasası, yurt dışından üye kuruluşlarca ithal edilen altının tam rekabet koşullarında alım-satımının yapıldığı organize bir piyasadır. 9 Temmuz 1999 tarihinden itibaren gümüş ve platinin de borsa bünyesinde işlem görmeye başlamasıyla "Altın Piyasası" kıymetli madenlerin işlem gördüğü bir piyasaya dönüşmüş ve piyasanın adı "Kıymetli Madenler Piyasası" olarak değişmiştir (Çelik, 2015, s. 15).

Bu çalışmada Türkiye'de altın arz ve talebinin hangi kaynaklardan olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda altın arzı çerçevesinde hurda altın arzı, T.C. Merkez Bankasının altın rezervleri ve altın madenciliği incelenirken altın talebi yönünden ise yatırım amaçlı, kuyumculuk sektörü ve Merkez Bankası altın talebi analiz edilmeye çalışılmıştır.

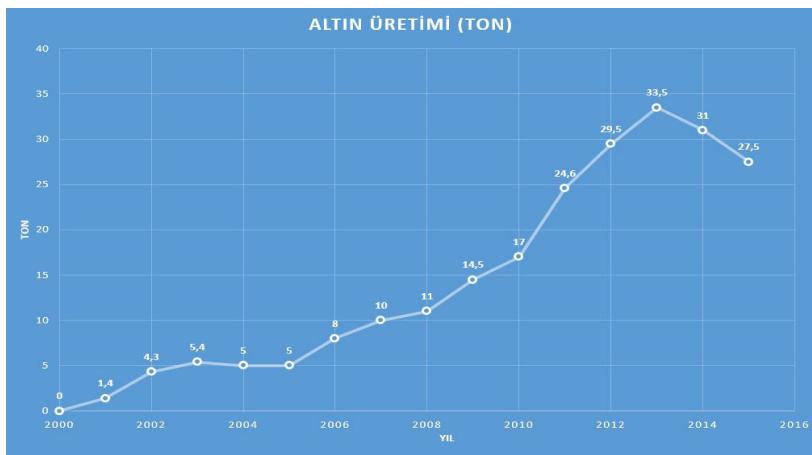
Türkiye'de Altının Arz ve Talebi

Türkiye'de altın piyasasına baktığımızda 1983'den 1989'a kadar iki yoldan altın girişinin yapıldığı belirlenmiştir. Bunlar; resmi altın girişi ve gayri resmi altın girişidir. Gayri resmi altın girişi 12 Eylül 1980'nin sebebiyle 1980, 1981 ve 1982 yıllarında yavaşlama göstermiş ancak 1983-1988 yılları arasında oldukça büyük boyutlara ulaşmıştır. Hükümet, gayri resmi yollardan sokulan altınlara T.C Merkez Bankası Para Piyasası'nın kurulmasını çözüm olarak üretmiştir.

10 Nisan 1989 yılından itibaren altın ithalatı resmen başlamıştır. 1989 Nisan'ına kadar Türkiye'ye gayri resmi yoldan sokulan külçe altınlar kiloda 250 ABD Doları -1000 ABD Doları arasında değişen kar marjıyla alınıp satılmakta ve bu işi yapanlara büyük bir kazanç sağlamaktaydı. Fakat bu olay altın fiyatlarının Türkiye'de uluslararası piyasalara göre daha yüksek seviyede seyretmesine neden olmuş, aynı zamanda Türk kuyumculuk sektörünün rekabet gücünü azaltmıştır. Resmi ithalatın başlaması ile gayri resmi yoldan elde edilen kazançlar sona ermiş ve Merkez Bankası kiloda sadece 22 ABD Dolar'lık bir kar marji ile ithal ettiği altınları faturalı olarak bankalara ve yetkili müesseselere döviz karşılığında satmaya başlamış ve gayri resmi yoldan altın girişi sona ermiştir (İstanbul Altın Borsası, 2000).

Merkez Bankası gayri resmi altın satışını durdurmak için ilk girişimi 1984'de olmuştur. 15 Aralık 1984 tarihinde Merkez Bankası gayri resmi altın satışını durdurmak amacıyla Türk Lirası karşılığında altın satışına başlamış fakat fiyat kotasyonunu bir önceki günü altın ons ve döviz fiyatını baz alarak verdiği için zarar etmiş, bu durumda altın satışını başarısızlıkla sonuçlandırmıştır.

Şekil 1: Türkiye'de Altın Üretimi (Ton)



Kaynak:<http://altinmadencileri.org.tr/turkiye-altin-uretimi/> (4.8.2016).

Şekil 1'de Türkiye'de altın üretimi ton olarak verilmiştir. 2005 yılından 2013 yılına kadar ki dönemde altın üretimi sürekli artış eğilimindedir. En fazla altın üretimi 2013 yılında gerçekleşmiştir.

1. Türkiye'de Altın Arzı

Türkiye'de altın arzının büyük bölümünün kaynağı altın ithalatı ve hurda altın arzıdır.

2000 yılına kadar üretimi yapılmayan altının bu tarihten itibaren üretimi hızlı bir biçimde artmaya başlamış ve altın üretimi 2010 yılında yaklaşık 17 ton olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında ise yaklaşık iki katı bir seviyeye çıkmıştır. Son 10 yıl içerisinde altın üretim miktarında yaşanan değişim oranını incelendiğinde 2014 yılı haricinde bir önceki yıla göre her yıl artış kaydedilirken en çarpıcı artışların 2006 ve 2011 yılında gerçekleştiği görülmektedir. (Budak, 2015, s. 25).

Tablo 1: Yillara Göre Altın İhracat Miktarları

| Aylar | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Döviz Karşılığı | Altın Karşılığı | Döviz Karşılığı | Altın Karşılığı | Döviz Karşılığı |
| Öcak | 244.710,462 | 507.598,958 | 435.366,248 | 995.620,585 | 435.517,902 |
| Şubat | 528.080,699 | 826.203,849 | 612.360,564 | 1.424.501,833 | 74.627,546 |
| Mart | 863.785,968 | 1.063.926,323 | 772.800,874 | 1.770.838,528 | 67.744,098 |
| Nisan | 449.478,810 | 987.517,101 | 529.284,001 | 1.639.500,165 | 179.113,112 |
| Mayıs | 935.945,985 | 1.368.153,486 | 880.014,316 | 1.478.811,867 | 83.997,532 |
| Haziran | 1.254.401,455 | 1.653.402,477 | 513.617,720 | 1.530.219,395 | 44.448,278 |
| Temmuz | 505.370,256 | 980.334,736 | 626.496,320 | 977.842,574 | 84.100,315 |
| Agustos | 458.507,190 | 1.317.148,179 | 675.063,344 | 17.002,15,372 | 70.899,932 |
| Eylül | 619.641,508 | 1.831.801,607 | 420.363,862 | 1.547.300,522 | 42.085,250 |
| Ekim | 692.457,765 | 1.565.215,621 | 1.535.050,236 | 1.193.318,520 | 122.396,448 |
| Kasım | 612.159,094 | 2.059.744,503 | 581.516,818 | 1.496.335,016 | 40.439,934 |
| Aralık | 472.887,823 | 1.506.954,726 | 355.231,509 | 973.502,384 | 43.858,302 |
| Toplam | 7.637.427,015 | 15.668.001,566 | 7.937.165,812 | 16.728.006,761 | 1.289.228,649 |
| Genel toplam (gr) | 23.305.428,581 | | 24.665.172,573 | 4.701.468,650 | 456.458,127 |

Kaynak:[http://www.darphane.gov.tr/upload/files/altin ihracat2010\(6\).pdf](http://www.darphane.gov.tr/upload/files/altin ihracat2010(6).pdf) , (31.10.2016).

Tablo 1'de yıllara göre altın ihracat miktarları 2006-2010 yılları arasında kg cinsinden verilmiştir. 2006'da döviz karşılığı ihracat 7.637.427,015 kg, altın karşılığı ihracat 15.668.001,566 kg, 2007'de döviz karşılığı ihracat 7.937.165,812 kg, altın karşılığı ihracat 16.728.006,761 kg, 2008'de döviz karşılığı ihracat 1.289.228,649 kg, altın karşılığı ihracat 3.412.240,001 kg, 2009'da döviz karşılığı ihracat 173.667,228 kg, altın karşılığı ihracat 282.790,899 kg, 2010'da döviz karşılığı ihracat 21.106.915,335 kg, altın karşılığı ihracat 21.503.261,793 kg'dır. Genel toplama baktığımızda 2008'de büyük miktarda düşüş yaşanmıştır. Kriz sonrası 2008'de 4.701.468,650 kg olarak gerçekleşmiştir. 2008'den 2010'a kadar sürekli artış yaşanmıştır.

Altının arzını üç başlıkta toplarsak; 1- Altın madenciliği, 2- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası altın rezervi, 3- Mücevher talebi ve kuyumculuk sektöründen söz edebiliriz.

A) Altın Madenciliği

Türkiye'de altın ve gümüş madenciliğinin geçmişi antik çağlara kadar uzanmaktadır. Dünyada ilk ayarlı altın para M.Ö 580-640 yılları arasında Manisa – Salihli Sart'ta Lidya Kralı Krezüs tarafından basılmıştır. Yine dünyada ilk altın rafinerisi bu bölgede kurulmuştur (10. Kalkınma Planı, 2015, s. 97).

Osmalı döneminde özellikle Batı Anadolu'da birçok yerde altın madenlerinin işletildiği bilinmektedir. Anadolu'da işletilen son altın madenleri Çanakkale-Kartaldağ-Astyra Altın Madeni olmuştur. Bu altın madenindeki üretmeye 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla son verilmiştir. 1914'den 2001'e Anadolu'da işletilen bir altın madenine rastlanmamıştır. 1933 yılında Atatürk'ün talimatıyla, Altın Arama ve İşletme İdaresi Başkanlığı kurulmuştur. Fakat 1935 yılında MTA'nın kurulmasından sonra Altın Arama İdaresi'nin görevleri MTA'ya aktarılmıştır.

1985 yılında yürürlüğe giren 3213 Sayılı Maden Kanunu ile birlikte yabancı sermayeli madencilik firmaları Türkiye'ye ilgi göstermeye başlamasıyla Türkiye'de altın arama konusunda yeni bir süreç başlamıştır. Bu dönemde Eurogold, Tuprag ve Cominco firmaları yaptıkları arama çalışmalar neticesinde önemli kaynaklar keşfetmişlerdir.

Profesör Larson, 1989 yılında ABD deki altın madenlerinin yoğun olarak bulunduğu Nevada ve California bölgelerinin jeolojik yapısı ile Türkiye'nin jeolojik yapısının benzer olduğunu tespit etmiştir. Bundan hareketle Türkiye topraklarında büyük miktarda altın potansiyeline sahip olduğunu öngöründe bulunmuştur. 1997'de Prof. Dr. Ayhan Erler bu benzerliğe dayanarak Türkiye'de altın

potansiyeline ilişkin bir tahmin çalışması yapmıştır. Çalışmasında 5 ayrı jeolojik kaynak modeli kullanan Prof. Erler, Türkiye altın potansiyelinin 6500 tona kadar çıkabileceği tahmininde bulunmuştur. Prof. Erler'in bu modelleme çalışmasından üç yıl sonra iki altın yatağı bulunmuştur. Bu altın yatakları büyüklik itibarıyle dünya sıralamasında ilk ona girmektedir. Bu madenler Uşak-Eşme'deki Kışladağ ve Erzincan-Ilıç'daki Çukurdere'de bulunmaktadır. 2006 yılında Uşak-Kışladağ Altın Madeninde üretime geçilmesinden sonra ise uluslararası yatırımcıların Türkiye'ye ilgileri daha da artmıştır.

2001 yılında başlayan altın üretiminin 2012 yılında yıllık 30 ton seviyelerine çıkışması Türkiye'nin altın madenciliğinde dünyada adı geçen bir ülke haline gelmesinin bir göstergesi olmuştur.. Önümüzdeki yıllarda işletmeye açılması beklenen yeni firmalarla Türkiye'nin dünyada en çok altın üreten ülkeler sıralamasında ilk 15-20 ülke arasına girmesi öngörmektedir. (10. Kalkınma Planı, 2015, s. 99).

MTA verilerine göre Türkiye'de maden rezervleri incelendiğinde 700 ton altın rezervi, 6.062 ton gümüş rezervi bulunmaktadır (Budak, 2015, s. 24).

Maden aramacılığı için büyük sermaye ve uzun bir hazırlık süreci gerekmektedir. Bu sebepten altın madeni yatırımlarında risk faktörü yüksek olması sebebiyle özel yerli şirketler bu yatırımı göze alamamaktadır. Altın aramacılığında her çalışma olumlu sonuç vermemesi ya da oldukça uzun çalışma gerektirdiğinden, maliyetleri karşılayamayan yerli şirketler bu alana yönelik istememektedir. Genellikle bu tür yatırımları yabancı sermayeli şirketler yapmaktadır.

1985'de 3213 sayılı Madencilik Kanununda yapılan değişiklikle yabancı yatırımcıların da Türkiye'de altın aramalarına olanak verilmiştir. Böylece birçok yabancı kuruluş gelişmiş yöntemler kullanarak altın arama çalışmalarına başlamıştır. Türkiye'de var olan potansiyel altın rezervlerinin çıkarılarak üretim sürecine sokulması ekonomiye tamamen "ithal ikamesi" etkisi yaracaktır ve bu altınların üretime kazandırılmasıyla da yurtdışından altın ithalatı dolayısıyla ödenen döviz giderlerinde azalma meydana getireceği düşünülmektedir.

Altın madeni arama çalışmaları; 350 maden arama ruhsatından 1 tanesi altın madenine dönüştürülmüştür. Bir firmamız 1986 yılında Türkiye'de madencilik faaliyetlerine başladıkten 21 yıl sonra ilk altın madenini açabilmiştir. Maden aramalarına 20 yılda 130 milyon dolar harcamıştır. Yaklaşık 1000 adet maden arama ruhsatında çalışmıştır bu ruhsattan sadece 2 tanesi altın madenine dönüştürülmüştür. Bu madenleri üretime almak için tesis yatırımlarına yaklaşık 800 milyon dolar harcamıştır (Altın Madencileri Derneği, 2016).

Türkiye'de altın madenciliğine yapılan yatırım; maden aramaları 700 milyon \$, tesis yatırımları 1,8 milyar \$, toplam yatırım ise 2,5 milyar \$'dır. Türkiye'nin altın ithalatı son 20 yıl ortalaması 156 ton/yıl, üretimimiz 31 ton/yıl, yıllık açığımız ise 125 ton/yıl'dır (Altın Madencileri Derneği, 2016).

Altın madenciliği ile birlikte Türkiye'de maden aramacılığında, maden işletmeciliğinde, zenginleştirmede, rehabilitasyon projelerinde ve çevreye duyarlı madencilikte uluslararası standartlarda çok ciddi gelişmeler kaydedilmiştir. Son 15 yılda yapılan önemli yatırımlar sayesinde yıllık altın ihtiyacımızın %20'sini kendi kaynaklarımızdan üretir hale gelmiştir. 2000 yılında sıfır olan altın üretimi 2013 yılında, yılda 33,5 ton seviyelerine ulaşmıştır. Sektörde son 25 yılda 2,5 milyar dolarlık yatırım yapılmış bunun sonucunda 6200 kişiye doğrudan istihdam sağlanmıştır. Türkiye'nin altın üretimi 2001 yılından 2013 yılına kadar düzenli artış eğilimi göstermiştir. 2012 yılında yayınlanan Başbakanlık Genelgesi ile madencilik faaliyetleri için alınması gereklili olan zorunlu izinlerin Başbakanlık onayına sunulmasının ardından, izinlerin alınmasında yaşanan sıkıntılardan 2014 yılında üretimde ilk defa düşüş yaşanmış ve 2013 yılında gerçekleşen 33,5 ton/yıl seviyesinden, 2014 yılında 31 ton/yıl seviyesine gerilemiş durumdadır (Altın Madencileri Derneği, 2016).

Dünya altın ticaretinde önemli bir yere sahip olan Türkiye, son 17 yılın ortalamasına göre, yılda yaklaşık 153 ton altın ithal eden bir ülke durumunda olup bugünkü fiyatlarla bunun bedeli yılda yaklaşık 8 milyar dolar civarındadır. Buna karşılık, yerli altın üretimi, 2012 itibarıyle cari açığın azaltılmasına yıllık bazda 1,7 milyar dolarlık finansman sağlamaktadır. Cari açık dışında diğer bir olumlu nokta ise istihdama katkıdır. Yukarıda açıklandığı şekilde, günümüzde madenciliğin emek-yoğun niteliğini büyük ölçüde kaybetmiş olmasına karşılık altında durum tersine dönmektedir. Türkiye'de altın madenciliğinde 4100 kişi istihdam edilmektedir (10. Kalkınma Planı, 2015, s. 97).

B) Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Altın Rezervi

1980 yılından itibaren Türkiye'deki izlenen ekonomik politikalar neticesinde kalkınma için kaynak ihtiyacını, vatandaşın elinde bulunan altının da ekonomiye kazandırılması ihtiyacı olmuşmuştur. TCMB 17 Aralık 1984'den itibaren dolar kuru ve yurt dışı altın fiyatlarını göz önüne alarak fiyat belirleyip altın satışına başlamıştır. Böylece gayri resmi yollardan altın talebini durdurmuştur. TCMB altın satışlarında kullanılan döviz kurunu, serbest piyasaya göre belirlenmesi sebebiyle

altının satış fiyatı, dünya fiyatlarının altında gerçekleşmiştir. Böylece altına olan talep artmıştır. Bunun sonucunda Merkez Bankası bir gün sonra bu uygulama- dan vazgeçmek zorunda kalmıştır. Merkez Bankası 1989'da Döviz Karşılığı Altın Piyasası'nı kurmuştur, altın ithalatını bu şekilde gerçekleştirmeye başlamıştır ve altın ithalatı büyük ölçüde serbestleşmiştir.

Merkez Bankasının muntazam altın arzı, altın piyasasını hızla geliştirmiş, kaçakçılık kârlı olmaktan çıkmıştır. Geçici ithalat uygulamasının başlamasıyla mücevherat üreticilerinin altın fiyatlarının değişmesinden etkilenmeleri önlen- mis ve dış ülkelerdeki alıcıların sağladıkları altın kredileriyle sermaye sıkıntılısı kısmen azalmıştır (Yanık, 2007, s. 38).

1989 yılında Merkez Bankası tarafından Döviz Karşılığı Altın Piyasası'nın kurulmasıyla beraber Türkiye'de altın piyasası önemli ölçüde serbestleşmiş ve gayri resmi yollardan yapılan altın ithalatı önlenmeye başlanmıştır Merkez Bankası tarafından ithal edilen altınlar yurtçındaki kişilere döviz ve efektif karşılığı satılmıştır. Altın tüketiminde artış görülmüştür. Bu sistem, Türkiye'deki kuyumculuk sektörünün gelişmesine önemli katkılarda bulunarak, sektördeki kuruluşların işledikleri altın miktarını arttırmıştır. Sektördeki kuruluşlar dış pazar araştır- malarını artırarak dış pazarlara açılmaya başlamış ve altın ihracatında önemli bir artış meydana gelmeye başlamıştır.

Küresel krizle birlikte giderek yükselen altın fiyatları, kayıt dışı olan altının ekonomiye kazandırılması konusunu gündeme getirmiştir. Ayrıca TCMB 2011 yılında aldığı kararla zorunlu karşılığın %10'una kadarlık kısmının altın cinsin- den tutulabilmesine imkân tanınmıştır. Bu oran kademeli olarak artırılmıştır.

Rezerv opsiyon mekanizmasının kullanımına ilişkin TCMB'nin açıkladığı son veriye göre, 26 Mart 2013 itibarıyla, bankalar kendilerine tanınan %30'luk imkanın %78,9'unu (23,7/30) kullanmaktadır. Buna paralel olarak, TCMB'de bankaların 13,2 milyar USD değerinde 261 ton altını tutulmaktadır. Söz konusu imkandan yararlanma oranı 26 Nisan 2013 itibarıyla %81,8'e (24,5/30) yükselmiştir. Dünya Altın Konseyi'nin verisine göre Haziran 2013 itibarıyla TCMB'nin altın rezervi, rezerv opsiyon mekanizması yoluyla tutulan altın da dahil edildiğinde 427 ton seviyesindedir (Aşarkaya, 2013, ss. 5-6).

C) Hurda Altın Arzi

Altın hiçbir zaman yok olmamaktadır ve defalarca eritilip işlenip kullanıma sunulmaktadır. Hurda altın arzı Türkiye'deki en önemli altın arzı kaynaklarındandır.

Türkiye'de hurda altın çoğunlukla altın mücevherden oluşmaktadır. Müşterilerin ellerinde var olan altın mücevherlerini çeşitli nedenlerden dolayı kuyumculara ve sahaflara satarlar. Kuyumcu ve sahaflar almış oldukları bu altın mücevherleri eritip yeniden piyasada satışa sunarlar. Kuyumcular ve sahaflar hurda altın arzı oluşturmuş olurlar. Altın fiyatlarının yükselmesi durumunda yastık altı altını olan müşteriler altın mücevherlerini bozdurma eğiliminde olurlar, fiyatların düşmesi durumunda ise bekleme ya da altın satın alma eğiliminde olmaktadır.

Hurda altın arzı fiyat hareketlerine yüksek oranda duyarlıdır. Altın fiyatlarının arttığı dönemlerde hurda altın arzı artmaktadır. Bu sebeple hurda altın arzı altın piyasasında fiyatları dengeye getiren özelliği vardır.

Dünyadaki önemli olayların altın piyasalarında oluşturduğu hareketleri anlamak için dünya altın arzındaki gelişmelere bakmak yeterli olmaktadır.

1980'li yıllarda Ortadoğu'daki İran-Irak Savaşı, Sovyet'lerin Afganistan'ı işgal etmesi gibi önemli olaylar altın fiyatlarının artmasına sebep olmuştur. Bu dönem Ortadoğu dünyasının hurda altın merkezi olmuştur.

Ortadoğu, bu dönemde yıllık dünya hurda altın arzının yaklaşık %35'ini sağlamıştır. Ortadoğu'nun en önemli ülkelerinden olan İran ise, yıllık dünya hurda altın arzının %17'sini tek başına oluşturmuştur. İran'ın hemen ardından ise, Mısır ve Türkiye gelmiştir. Tüm bu gelişmelerden de görüldüğü gibi, dünyanın belirli bölgelerinde meydana gelen geopolitik krizler, özellikle, krizin yaşandığı bölgede hurda altın arzını artıracı bir unsur olarak rol oynamaktadır (Atay, 2013, s. 72).

2. Türkiye'de Altın Talebi

Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de altın, servet biriktirme aracı ve ziyaret eşyası olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de altına olan talep ülke içerisinde yeterli arz olmamasına rağmen her geçen gün artış göstermektedir. Türk halkı için altın geleneksel yatırım aracıdır. Bu nedenle kayıt dışı ekonomide alışveriş yapmaktadır. Türkiye'de tasarruf amacı ile talebi çok yaygındır ve altın talebinde mevsimsel etkiler vardır. Yaz aylarında düğünlerde artış olduğundan altın talebinde de artış yaşanmaktadır.

Türkiye'de altın talebini üç gruba ayıralımız: sosyal, siyasal ve ekonomik faktörler. Sosyal faktörü incelediğimizde nikâh törenleri, sünnet düğünleri ve bayramlar gibi özel günlerde altın talebi olmaktadır. Siyasi faktörü incelediğimizde savaş, olağanüstü hal ve sıkıyönetim gibi durumlarda halkın kâğıt paradan kaçarak altın talebinde artışlar olmaktadır. Ekonomik faktörü incelediğimizde ekono-

mik güvensizlik ortamlarda halk altına yönelmektedir. 1980'den önce uygulanan sıkı kambiyo kontrolleri, yüksek oranlı devalüasyonlar, sabit kur sistemi, halkın paradan kaçmasına altına ve dayanıklı malları tercih etmesine sebep olmuştur.

Türkiye'deki altın kullanımı diğer ülkelerle kıyasladığımız zaman büyük farklılıklar göstermektedir. Birçok ülke farklı sebeplerle altın talep etmektedir.

Merkez Bankası ve aracı kuruluşlar Türkiye'de altın talebini oluşturan diğer kuruluşlardır. Merkez Bankası uluslararası piyasalarda bağımsız ve direkt olarak altın ithalatı yapabiliyor iken aracı kurumlar ise altın borsası aracılığı ile bu işlemi gerçekleştirmektedirler. Borsanın kurulmasına kadar olan periyotta ise altın ithalatı merkez Bankasının tekelindeydi. Yapılan ithalatın yaklaşık yarısı işlenmek suretiyle yeniden ihracata döndürülmemektedir. Altın Borsası'nın kurulmasıyla birlikte piyasa dinamikleri piyasada bulunması gereken altın miktarının belirlenmesinde temel faktör olmuştur. (Turgut, 2006, s. 79).

Türkiye'de altın talebinin en güçlü halkası mücevher talebi en zayıf halkası ise endüstriyel talep oluşturmaktadır.

Türkiye'de de altın talebi 2012 yılında fiyatlardaki artışın hız kesmesi paralelinde bir miktar gerilemiş, ancak Türkiye, altın piyasasında önemli bir aktör olmaya devam etmiştir. Türkiye, merkez bankası hariç toplam altın talebinde 118,8 ton ile dünyada dördüncü sırada, yatırıım tarafında ise 48,4 ton altın talebiyle sekizinci sırada yer almıştır. Kişi başı altın tüketiminde ise Birleşik Arap Emirlikleri ve Hong Kong'un ardından 2,3 gram altın ile üçüncü sırada bulunmaktadır (Aşarkaya, 2013, s. 5).

Tablo 2: Türkiye Yıllara Göre Altın İthalat Miktarları (Kg)

| Aylar | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | Kesin ithalat | Geçici ithalat | Kesin ithalat | Geçici ithalat | Kesin ithalat | Geçici ithalat | Kesin ithalat | Geçici ithalat | Kesin ithalat | Geçici ithalat |
| Ocak | 663.086,440 | 637.584,400 | 1.093.633,367 | 1.333.797,246 | 446.788,674 | 151.145,850 | 8.790,500 | 0,000 | 0,000 | 24.444,254 |
| Şubat | 1.720.535,812 | 466.306,094 | 1.579.802,399 | 676.286,336 | 203.852,184 | 97.805,700 | 36.210,970 | 2.870,780 | 0,000 | 10.688,360 |
| Mart | 2.615.856,859 | 792.091,944 | 1.972.085,428 | 1.277.498,149 | 249.313,144 | 162.028,348 | 4.191,470 | 42.005,300 | 40.018,350 | 17.761,740 |
| Nisan | 937.109,790 | 427.743,572 | 1.379.913,963 | 1.289.206,080 | 132.083,641 | 107.228,870 | 1.372.230 | 0,000 | | 9.798,220 |
| Mayıs | 1.024.301,911 | 1.008.168,210 | 1.951.016,529 | 915.652,844 | 117.979,698 | 46.335,480 | 18.128,260 | 59.773,710 | 815,800 | 2.964,980 |
| Haziran | 1.607.073,842 | 863.584,150 | 1.531.385,010 | 1.106.114,100 | 160.467,610 | 85.234,910 | 13.575,750 | 8.037,550 | 177.660 | 8.616,050 |
| Temmuz | 1.509.000,462 | 591.074,436 | 2.149.903,733 | 1.664.500,476 | 177.756,390 | 80.634,020 | 14.944,000 | 867.210 | 1.509,500 | 9.249,948 |
| Ağustos | 1.523.943,365 | 1.085.985,950 | 1.622.895,310 | 1.048.362,530 | 156.644,690 | 151.859,970 | 6.512.850 | 981,520 | 653,110 | 7.581,200 |
| Eylül | 1.238.393,327 | 1.206.390,024 | 1.495.618,386 | 503.929,585 | 867.732,220 | 29.549,550 | 0,000 | 4.551.200 | 2.090.000 | 15.344,410 |
| Ekim | 1.361.475,770 | 1.206.390,698 | 1.662.926,636 | 650.163,240 | 93.904,126 | 45.847,420 | 4.739,400 | 7.283.640 | 396.022,000 | 231.180,000 |
| Kasım | 1.985.837,758 | 1.209.473,588 | 2.099.818,902 | 647.384,038 | 149.908,950 | 35.434,350 | 7.815,910 | 252.190 | 900.650,000 | 6.180.860,000 |
| Aralık | 1.407.900,892 | 829.735,018 | 1.433.565,042 | 585.067,384 | 66.051,980 | 10.846,824 | 224.850 | 10.799,290 | | |
| Toplam | 17.594.516,228 | 10.305.132,284 | 19.972.564,705 | 11.697.962,008 | 2.041.483,377 | 1.003.951,292 | 117.016,190 | 137.422,400 | 1.341.936,420 | 6.518.489,162 |
| Genel toplam (gr) | 27.899.648,512 | | 31.670.526,713 | | | 3.045.434,669 | | 254.438,590 | | 7.860.425,582 |

Kaynak: [http://www.darpahane.gov.tr/upload/files/altintithalat2010\(9\).pdf](http://www.darpahane.gov.tr/upload/files/altintithalat2010(9).pdf), (30.10.2016).

Tablo 2'de Türkiye Yıllara göre altın ithalat miktarları kg cinsinden, 2006-2010 yılları arasında verilmiştir. 2006 yılında kesin ithalat 17.594.516,228, geçici ithalat 10.305.132,284'dir. 2007 yılında kesin ithalat 19.972.564,705, geçici ithalat 11.697.962,008'dir. 2008 yılında kesin ithalat 2.041.483,377 geçici ithalat 1.003.951,292'dir. 2009 yılında kesin ithalat 117.016,190 geçici ithalat 137.422,400'dir. 2010 yılında kesin ithalat 1.341.936,420, geçici ithalat 6.518.489,162'dir. Genel toplama baktığımızda 2006-2010 yılları arasında en ciddi düşüş 2009'da yaşanmıştır. 2008 krizinden dolayı 2009'da altın ithalatı 254.438,590 kg gerçekleşmiştir. Ancak 2010 yılında altın ithalatında artış yaşanmış v 7.860.425,582 kg olarak gerçekleşmiştir.

A) Yatırım Amaçlı Altın Talebi

Türk halkı Osmanlı döneminden itibaren altın talebini yatırımda ilk sıraya koymuştur. Türk halkı 1980'lere kadar düşük faiz oranları ve sınırlı yatırım olanaklarına sahipti ve Türkiye insanı için altın ve gayrimenkul başlıca yatırım kaynaklarıydı. 1980'den sonra ekonomideki serbestleşme hareketleri, enflasyon-daki nispi yükselme, faizlerdeki artış; alternatif yatırım araçlarının piyasalarda işlem görmeye başlamasına neden olmuştur. Ancak Türk yatırımcı bu alternatif yatırım araçlarına yöneliyor gibi görünse de Türkiye'deki ekonomik ve politik belirsizlikler, Türk halkını geleneksel yatırım araçlarına yani her zaman güven duyduğu altına yatırım amaçlı talebi düşürememiştir.

İstanbul Altın Borsası'nın 1995 yılında kurulması ile altına yönelik alternatif yatırım araçları ortaya çıkmıştır. Kurumsal ve bireysel yatırımcılar için 2002 yılında "Altın Fonu", "Kıymetli Madenler Fonu" oluşturulmuştur. 2006 yılında da "Altına Dayalı Borsa Yatırım Fonu" oluşturulmuştur.

B) Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Altın Talebi

T.C. Merkez Bankası, Türkiye'deki altın üretimi ülke ihtiyaçlarını karşılamaya yetmediğinden Türkiye'deki toplam talebe cevap vermek ve rezervlerini artırmak için uluslararası piyasalardan dünya fiyatları ile altın ithal etmektedir.

T.C. Merkez Bankası denetiminde 1984 yılında Türk Lirası karşılığı Altın Piyasası kurulmuştur. Piyasada TCMB tarafından ithal edilen altınlar, yurt içindeki yetkili banka, şahıs ve diğer müesseselere satılmıştır. Merkez Bankası, 17 Aralık 1984 tarihinden sonra, yurtdışı altın fiyatları ile dolar kurunu dikkate alarak yurtçi piyasaya altın satış fiyatını belirlemektedir. Fakat TCMB, serbest

piyasaya göre düşük tutulan döviz kurundan dolayı altının satış fiyatı dünya fiyatlarının altında kalmıştır. Artan talebi karşılayamayan TCMB bir süre sonra bu uygulamadan vazgeçmiştir.

1989 yılında Döviz Karşılığı Altın Piyasası'nın kurulması ile altın ithalatı serbestleşmiştir. İstanbul Altın Borsası'nın açılmasıyla Merkez Bankası'nın altın ithalatı sadece elinde bulundurması zorunlu olduğu ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılayacağı kadar altın tutmaktadır. Merkez Bankası, İstanbul Altın Borsası'nın bir üyesidir ve işlem yapma hakkı vardır.

TCMB'nin sahip olduğu altın arzı, altın piyasasını hızla geliştirmiştir ve kaçakçılık kârlı olmaktan çıkmıştır. Uygulanan ekonomik politikalar sayesinde geçici ithalat uygulamasının başlamasıyla mücevher üreticilerinin altın fiyatlarının değişmesinden etkilenmeleri önlenmiştir ve dış ülke alıcılarının sağladıkları altın kredileriyle sermaye sıkıntılıları nispeten azalmıştır.

C) Mücevher Talebi ve Kuyumculuk Sektörü

Osmانlı döneminde İstanbul VI. yüzyıldan itibaren kuyumculuk merkezi halini almaya başlamıştır. İstanbul'un fethedilmesiyle altın takı üretimi hız kazanmıştır. İstanbul'da altın takı üretimi 1467 yılında kurulan dünyanın ilk kapalı alışveriş merkezi olan Kapalıçarşı çevresinde yoğunluğunu artırmıştır. İstanbul haricinde Trabzon, Samsun, Sivas, Van, Erzurum, Erzincan, Gümüşhane, Bitlis, Kula, Eskişehir, Diyarbakır, Mardin, Midyat, Kahramanmaraş gibi şehirlerde de altın üretim ve ticareti yapılmıştır. Cumhuriyet Döneminde altın ticareti ve üretimi İstanbul'un yanı sıra Kahramanmaraş, Adana, Gaziantep, Mersin, Trabzon ve İzmir gibi vilayetlerimizde de yoğun olarak gerçekleştirılmıştır. 1983 yılında ihracat yasağının kaldırılmasında sonra Türkiye'de kuyumculuk sektöründe ihracata başlanmıştır.

Türkiye topraklarında yaşayan vatandaşlar altını farklı amaçlarla talep etmektedir. Takı olarak kullanılan mücevherler aynı zamanda ekonomik açıdan sıkıntılı dönemlerde de paraya çevrilebilir olduğundan talep edilmektedir. Hurda altın arzı ekonomik kriz dönemlerinde artış olmaktadır. Ayrıca mücevher altın talebi düğün, sünnet ve özel günlerde hediye olarak talep edilmektedir. Türkiye'de altın talebinin en önemli boyutunu mücevher talebi oluşturmaktadır. Yoğun olarak arttığı dönem olarak ise düğün, sünnet özel günlerin yoğun olduğu yaz sezonu olduğunu söyleyebiliriz. Türk kuyumculuk sektörü dünyada önem bir yere sahiptir.

Türkiye'de altın talebinin önemli bir bileşeni, altın mücevher ihracatıdır. Günümüzde Türkiye'de faaliyet gösteren birçok mücevherat firması bulunmaktadır. Söz konusu firmaların birçoğu, dünya çapında ün kazanmış olup, kendilerine özgü tasarımlarla adından söz ettirmektedir. Türkiye'de mücevher endüstrisinin ürettiği altın mücevherlerin, dünya çapında tercih edilmesinde, kuşkusuz, tarih boyunca, altına ilgi duyan bir toplum olmamızın etkisi büyektür. Mücevher endüstrimiz, tasarım ve işçilik bakımından, araştırma ve geliştirme faaliyetlerine yoğun bir şekilde önemle sonucunda, dünyanın birçok ülkesine ihracat yapan ve ürünleri birçok yabancı mücevher tutkunu tarafından tercih edilen bir yapıya kavuşmuştur (Atay, 2013, s. 132).

Türkiye altın mücevher sektöründe, ihraç edilen ülkelerin isteklerine göre farklı ayrlarda altın üretilmektedir. 22K (22 ayar) altın mücevher üretimi Dubai gibi ülke pazarları, 14K (14 ayar) altın mücevher üretimi çoğunlukla iç piyasa, Rusya, Çek Cumhuriyeti, Polonya gibi ülke pazarları, 9K(9 ayar) altın mücevher üretimi İngiltere, Güney Afrika, Avustralya gibi ülke pazarları ve 8K (8 ayar) Almanya pazarı için üretilmektedir.

Üretim kapasitesi açısından bir sıralama yapmak gereklirse İstanbul'un ardından Kahramanmaraş'ın geldiği söylenebilir. Kahramanmaraş'ın üretimi özellikle iç piyasaya yönelik ve el emeğine dayalı geleneksel üretim yöntemini temel almaktadır.(Budak, 2015, s. 6).

Türkiye, Hindistan, Çin, ABD ve Rusya ile birlikte altın mücevher alanında en 5 büyük beş pazar arasındadır. Türkiye altın üretimde ise Hindistan ve İtalya ile birlikte ilk üç ülke arasında yer almaktadır. Türkiye yıllık olarak 400 ton altın işleme kapasitesine sahip olmasına rağmen bu kapasitenin hepsini kullanmaktadır. Türkiye'de her yıl 250–300 ton civarlı altın mücevherat üretilmektedir. Sektörde 250 bin kişiye yakın istihdam vardır ve yaklaşık 35 bin üretici, 35 bin perakende satış mağazası bulunmaktadır. Altın üretim merkezi İstanbul'dur aynı zamanda Ankara ve İzmir'de önemli miktarlarda üretim yapılmaktadır. Doğu ve Güneydoğu Anadolu'daki bazı illerde de geleneksel tarzda altın mücevherat eşya üretimi yapılmaktadır.

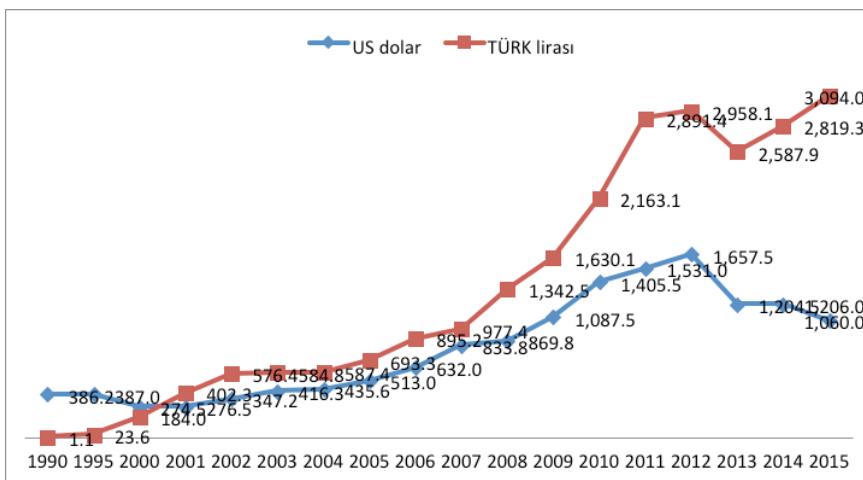
Değerli madenler sektöründe altın dönük talebin yıllar itibariyle dalgalı bir eğilim gösterdiği değerlendirilebilir. Ekonomik kriz ve küresel ticari gelişmelerin altın dönük talepte önemli etkileyici değişkenler olduğu ifade edilebilir. 2008 yılında yaşanan küresel kriz ile birlikte 2009 yılında altın talebinde bir düşme yaşandığı 2010 yılında ise eğilimin artış yönünde olduğu, 2011 ve 2012 yıllarında

tekrar düşüş kaydedildiği görülmektedir. Yaşanan bu düşüş 2009 yılından sonraki en düşük rakamlar gözlemlenmiştir. Ancak 2013 yılında bir önceki yıla oranla %41'lik bir artış yaşanmış ve en yüksek değerin ulaşıldığı 2005 yılı rakamına yaklaşılmıştır. 2013 yılında yaşanan bu artışın nedeni olarak 2012 yılında Çin'de ticaret dengesinin bekleninin oldukça üstünde gerçekleşmesi gösterilebilir (Budak, 2015, s. 15).

Türkiye'de altın ithalatı için yetkili kurumlar İstanbul Altın Borsası'na üye olan firmalar ve T.C. Merkez Bankasıdır. 1995 yılında Türk Altın Sektörü'nü liberalleştirmek ve uluslararası piyasalarla uyum sağlamak amacıyla kurulan İstanbul Altın Borsası 2013 yılından itibaren BIST (Borsa İstanbul) bünyesine alınmıştır. Kuyumculuk sektörü şirketleri Borsa İstanbul üyeleri olmayıp sadece Elmas ve Kiyemetli Taş Piyasasında faaliyet göstermektedir. Üye sayısına dahil olmayan kuyumculuk sektör şirketlerinin sayısı 2015 yılı itibarıyla 448'dir. (Budak, 2015, s. 26).

Kuyumculuk sektörü örgütlü bir yapıya geçememektedir. Bu sorunun çözülmesiyle diğer önemli problemlerin de çözümün yolu açılacağı konusunda beklentiler bulunmaktadır. Yüksek ayardaki ürünlerin talebindeki düşme, yatırım ve saklama amaçlı altın hacminin giderek azaldığı, Anadolu'da altın yerine döviz ve diğer finansal araçlara yatırım olarak yönelme olduğu, altına talebin giderek azalmasına bağlı olarak atölye ve satış mağazalarında kapanmalar, altının üretimindeki kalifiye personelin başka sektörlerde kaydığını gibi ciddi sorunların da olduğu görülmektedir. Fakat bu sorunlar altın ihracatının son yıllarda büyük miktarlarda artmasıyla önemli oranda azalmıştır.

Şekil 1: Dönem Sonu Yıllık Altın Fiyatları



Kaynak: WGC, <http://www.gold.org/statistics>, (14.8.2016).

Şekil 3'de dönem sonu yıllık altın fiyatları verilmiştir. US doları ve Türk Lirası karşılaştırması yapılmıştır. 1990-2000 arasında US doları Türk lirasına göre daha değerli iken kriz döneminden önce kesişme yaşanmıştır. 2001'den itibaren günümüze kadar Türk lirası US dolarına göre daha değerlidir. 2015 yılında US doları 1.060 iken Türk lirası 3.094'dür.

Sonuç

Türkiye'de altın 1923'den 1980'li yıllara kadar çoğunlukla tasarruf aracı olarak kullanılmıştır. Bu dönemde serbest altın ticareti yoktur, bu durum da altın talebinin gayri resmi yollardan karşılaşmaktadır. Türkiye'de ekonominin her alanında serbest piyasaya geçiş politikalarının uygulanmaya başlaması ve 24 Ocak 1980 Kararları, altın sektörünün gelişimi için önemli adımlar olmuştur. İstanbul Altın Borsası'nın kurulması yeniden yapılanma için en önemli adımdır. Böylelikle altın fiyatları dünya fiyatlarına paralellik kazandırmış ve ticareti yapılan altınların genel kabul gören saflık ve standartta olması zorunluluğu getirilmiştir. Sistem şeffaf bir yapı halini almıştır. Türkiye'de 2000 yılına kadar altın üretimi yapılmazken 2000 yılından itibaren altın üretimi hızla artmaya başlamıştır.

Türkiye topraklarında yaşayan vatandaşlar altını farklı amaçlarla talep etmektedir. Takı olarak kullanılan mücevherler aynı zamanda ekonomik açıdan sıkıntılı dönemlerde de paraya çevrilebilir olduğundan talep edilmektedir. Ayrıca mücevher altın talebi düğün, sünnet ve özel günlerde hediye olarak talep edilmektedir. Türkiye'de altın talebinin en önemli boyutunu mücevher talebi oluşturmaktadır. Yoğun olarak arttığı dönem olarak ise düğün, sünnet özel günlerin yoğun olduğu yaz sezonu olduğunu söyleyebiliriz. Altın fiyatının belirlenmesi ise küresel ve ulusal birçok parametrenin incelenmesi (FED faiz kararları, Dow Jones endeksi, jeopolitik faktörler vb.) ile anlaşılabilecektir.

Kaynakça

Aşarkaya, Ahmet, (2013), "Dünyada ve Türkiye'de Altın Piyasası", İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü, Haziran.

Atay, Gürol, "Dünyada Ve Türkiye'de Altın Piyasaları ve Türkiye'de Altın Fiyatlarını Etkileyen Faktörerin İncelenmesi", **Yüksek Lisans Tezi**, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finans Bilim Dalı, İstanbul, 2013, sayfa 72.

Altın Madencileri Derneği (AMD), (2016), "Altının Önemi Nereden Geliyor", <http://altinmadencileri.org.tr/wp-content/uploads/2015/07/c.jpg>, (4 Ağustos 2016).

Altın Madencileri Derneği (AMD), (2016), "Türkiye'de Altın Üretimi", <http://altinmadencileri.org.tr/turkiye-altin-uretimi/> (4 Ağustos 2016).

Altın Madencileri Derneği (AMD), (2016), "Türkiye'nin Altın Profili", <http://altinmadencileri.org.tr/turkiyenin-altin-profil/> (23 Kasım 2016).

Budak, Erva Zeynep (2015), "TR63 Bölgesi Kuyumculuk Sektör Raporu", **Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı**, ss. 1-37.

Çelik, Deniz, (2015), "Türkiye Altın Fiyatlarına Menü Maliyet Teorisi Yaklaşımı", **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz.

İstanbul Altın Borsası, (2000), "Dünya'da ve Türkiye'de Altın, Gümüş, Platin ve Pladyum", Ağustos.

Turgut, Sinem, "Kuyumculuk Sektöründe Safha Maliyet Sistemi ve Bir Uygulama", **Yüksek Lisans Tezi**, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, 2006.

Yanık, İsmail, (2007), "Türkiye Ekonomisi'nde Yatırım Alternatifleri Olarak Altın Kullanımı (İstanbul Altın Borsası İşlemlerinin Analizi)", **Doktora Tezi**, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, İstanbul.

**10. Kalkınma Planı (2014-2018), “Özel İhtisas Komisyon Raporu”, Ma-
dencilik Politikaları, T.C. Kalkınma Bakanlığı, Ankara, 2015.**

Summary

Gold in Turkey from 1923 until the 1980s, is often used as a means of saving. There is no free gold trade during this period and the gold demand is met from informal ways. Start implementing the transition to a free market economy in Turkey in all areas of policy and the decision of January 24, 1980, it has played an important role in the development of gold industry. Establishment of Istanbul Gold Exchange is the most important step for restructuring. In this way, gold prices have brought parallel to world prices and the requirement of traded gold to be in the generally accepted purity and standard has been introduced. The system has become a transparent structure. In Turkey, gold production from 2000 until 2000. While there were no gold production began to increase rapidly and nearly 17 tons of gold production in 2010, this figure was realized as 32.3 tons in 2014.

The first market that started operating on July 26, 1995 with the opening of the Istanbul Gold Exchange is the “Golden Market”. Gold Market is an organized market where gold is imported and sold under the conditions of full competition. As of July 9, 1999, silver and platinum became trading on the stock market and the “Gold Market” turned into a market where precious metals were traded, and the name of the market changed to “Precious Metals Market”.

Gold mining in the last 10 years has been the most remarkable mining branch in Turkey. Starting in 2001, the annual gold production reached 30 tons in 2012, known in the world of gold mining in Turkey has become an influential countries. Turkey's new business expected to be commissioned in the coming years the most gold producing countries in the world are expected to be among the first countries in the ranking 15-20.

In mineral exploration in Turkey with gold mining, mining operations, enrichment, international standards and environmentally responsible mining in the rehabilitation project it has been very serious developments. Thanks to the significant investments made in the last 15 years, our annual gold requirement has become 20% of our own resources. Gold production, which was zero in 2000, reached 33.5 tons per year in 2013. When analyzed according to MTA data mining reserves of 700 tons of gold reserves in Turkey, there are 6,062 tons of silver reserves.

Citizens living in the territory of Turkey is demanding gold for different purposes. Jeweler used as jeweler is also demanded because it can be turned into money in economically troubled periods at the same time. Gold jewelry is also requested as a gift for wedding, circumcision and special occasions. Scrap gold supply, gold reserves of T.C. Central Bank and gold mining are the sources of gold supply. Especially during times of economic crisis, scrap gold supply is at the forefront. The determination of gold price can be understood by examining a number of global and national parameters (FED interest rate decisions, Dow Jones index, geopolitical factors etc.)

International Exchange as a Factor in the Development of Border Regions

Prof. Ass. Agnieszka Malkowska, PhD

University of Szczecin / Poland

Faculty of Management and Economics of Services

Cukrowa Street 8; 71-004 Szczecin

agnieszka.malkowska@wzieu.pl

Abstract

Cross-border cooperation is one of the forms of international cooperation, and trade is one of its manifestations. Foreign trade, on its part, comprises two main categories of export and import. From the point of view of economic development, it is export that is treated as the chief driving force behind a region's economy. The purpose of this paper was to assess the significance of export for the development of a border area, here the southern borderland of Poland. The article is a continuation of the author's series of papers that discuss borderland development issues. Her previous research focused on Poland's western and eastern borderland. Therefore, this study on the country's southern borderland constitutes an important complement. The paper's territorial scope of interest includes five border voivodeships, namely Dolnośląskie, Opolskie, Śląskie, Małopolskie and Podkarpackie. The area of the southern borderland accounts for 23.9% of Poland's total area. In 2015, the region had a population of almost 14 million. The research spanned the period from 2010 to 2015. It mostly relied on the statistical data analysis method and the descriptive method. The research results were shown in tables and figures. The research confirmed that foreign trade was developing in the southern borderland voivodeships of Poland. Both their export and import grew. However, it must be noted that the particular voivodeships demonstrated highly varying levels of foreign trade activity. The significance of export for the development of the economies of the individual Polish southern borderland voivodeships was varied, as well.

Keywords: border regions, Poland's southern borderlands, international trade, regional development

JEL Code: Q17, O18

Introduction

Cross-border cooperation is one of the forms of international cooperation. It can be carried out at different levels, including economic, social and environmental ones. In terms of the economic development of regions, economic cooperation that they carry out (cf. Kurowska-Pysz 2016; Malkowski 2015), including trade, is of significance. Nowadays, the importance of foreign trade is certainly growing, which is one of the effects of globalization and economic integration (cf. Grossman, Helpman, 2015). Foreign trade falls into two major categories, namely that of export defined as selling goods or services abroad, and that of import defined as purchasing goods or services from abroad. The benefits of foreign trade were already noted by mercantilists, or by A. Smith and D. Ricardo, and later by other researchers (see e.g., Helpman, Krugman 1985), whose foreign trade theories have evolved in time (Klimiuk, 2016). However, from the point of view of economic development, it is export that is treated as the main driving force of a country's economy. The main advantages of selling goods and services abroad include, among other things, the positive influence that exports exert on GDP volume and structure, increased resource efficiency, benefits of economies of scale, participation in the international market, and a constant development resulting from the need to participate in international competition (see e.g., Vernon 1992).

The literature concerned with the problems of foreign trade both at the level of individual countries and integrating entities, such as the EU, offers wide and detailed analyses. The literary sources adopt a holistic approach to exports and imports at the level of the given country or a group of countries (see, e.g., Motofei 2017). Nevertheless, foreign trade is also extremely important from the point of view of regions, which, too, are involved in competition with one another, after all. However, as Golejewska (2012) emphasizes, unlike the relationship between exports and the economic development of a country, foreign trade's effect on the development of regional differences is not equally obvious. Research confirms that a region's activity in exports can lead to an increase in its productivity resulting from using the economies of scale, as well as the related specialization of labor and technology transfer. Export diversification can be another aspect that brings a meaningful contribution to the region's economic growth.

Material and methods

The article assumes a regional approach to the problems of foreign trade. The topic was explored using the example of selected regions²¹ of Poland. The aim of the research was to describe foreign trade and provide a detailed qualitative analysis of the exports of Poland's southern borderland voivodeships²². One of the essential parts of this work was to assess the significance of exports for the development of the borderland area concerned. Therefore, this research focused on foreign trade, particularly exports, although for the purposes of the paper the definition of exports was narrowed to selling goods abroad. Consequently, services were left out.

The article is a continuation of the author's series of papers focusing on assessing the significance of exports for the development of Polish borderland regions. Her previous research focused on Poland's western (Malkowska, 2017) and eastern (Malkowska, Malkowski, 2017) borderlands. Therefore, the current study on the country's southern borderland constitutes an important complement. Trade as a factor contributing to the development of Poland's borderland regions has also been studied by Wnorowski (2002), Komornicki (2003), Gawlikowska-Hueckel, Umiński (2008), Kuśpit (2011), Grabowiecki (2012), Komornicki, Szejgiel (2015), and others. The paper's territorial scope of interest includes five border voivodeships, namely Dolnośląskie, Opolskie, Śląskie, Małopolskie and Podkarpackie. These neighboring regions stretch along the country's southern border and as such form an area that is naturally consistent in geographic terms. Most of the area lies on some of the EU's internal borders (with Germany, the Czech Republic and Slovakia), but a portion of it neighbors a non-EU state (Ukraine). This borderland is characterized by geographic peripherality, which means it is located far from the center of the country.

The area of the southern borderland accounts for 23.9% of Poland's total area. In 2015, it had a population of almost 14 million, which accounted for 36.3% of the country's overall population. Out of the five voivodeships concerned, Dolnośląskie is the largest, and Opolskie is the smallest. However, the largest

21 For the purposes of this paper, the concepts of „region” and „voivodeship” shall be synonymous and used interchangeably.

22 For the purposes of this paper, the concept of „Poland's southern borderland” shall mean the geographic area occupied by the five voivodeships of Dolnośląskie, Opolskie, Śląskie, Małopolskie and Podkarpackie. All of them are located on the southern border of the country. In this paper it is treated as a border area.

population is found in Śląskie region. As for its socio-economic dimension, the region is characterized by notable differences, which is demonstrated by two major macroeconomic indicators: Gross Domestic Product per capita and the unemployment rate. In 2015, two of the voivodeships had a GDP per capital exceeding the national average of 46.8 thousand zloty. These were Dolnośląskie (GDP per capita of 52.1 thousand zloty), and Śląskie (GDP per capita of 48.7 thousand zloty). GDP is used to assess the level of economic development, which is why these two regions should be treated as the best-developed in economic terms. In turn, Podkarpackie was the weakest with a GDP per capita of only 70.7% of the national average. The average GDP per capita for the whole southern borderland was 42.8 thousand zloty and was lower than that for Poland by 8.5%. As far as the labor market is concerned, Podkarpackie (13.2%) and Opolskie (10.1%) voivodeships demonstrated the highest unemployment rates in the borderland concerned. The remaining three voivodeships had lower rates than Poland's average (9.7%). The average unemployment rate for the whole southern borderland was 9.7%, as well. Table 1 presents detailed information for the area studied.

Tab. 1. Selected indicators describing Poland's southern borderland in 2015

| Region | Area [thousands of hectares] | Population [thousands] | GDP | | Unemploy- ment rate [%] |
|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------|
| | | | per capita [tys. zł] | Poland = 100 [%] | |
| POLAND | 31,268,0 | 38,437.2 | 46.8 | 100 | 9.7 |
| Dolnośląskie | 1,994.7 | 2,904.2 | 52.1 | 111.5 | 8.5 |
| Opolskie | 941.2 | 996.0 | 37.8 | 80.8 | 10.1 |
| Śląskie | 1,233.3 | 4,570.8 | 48.7 | 104.1 | 8.2 |
| Małopolskie | 1,515.3 | 3,372.6 | 42.1 | 90.1 | 8.3 |
| Podkarpackie | 1,784.6 | 2,127.7 | 33.1 | 70.7 | 13.2 |
| POLAND'S SOUTHERN BORDERLAND | 7,472.1 | 13,971.3 | 42.8 | 91.4 | 9.7 |

Source: the author's own work on the basis of the Central Statistical Office's Local Data Bank.

The nature of Poland's southern borderland results, inter alia, from the diversity of its economic potential, the different forms of which are stated below:

- Dolnośląskie voivodeship – services (outsourcing, shared services centers, R+D centers), industry (e.g. automotive, manufacture of plastic, computer, electronic and optical products, processing of metals) and trade;
- Opolskie voivodeship – agri-food, metal & machinery, automotive, chemical, building, furniture and power sectors;
- Śląskie voivodeship – hard coal production, automotive, metal, building, machinery, services (e.g. medical), power, ICT and agricultural sectors;
- Małopolskie voivodeship – diverse natural resources (e.g. crude oil, natural gas), as well as high-tech, automotive, tourism and BPO sectors;
- Podkarpackie voivodeship – trade, industry (such as aviation, rubber, chemical, automotive, electromechanical, steel, IT, power and food processing), services (such as building, financial and insurance).

Summing up, the area of Poland's southern borderland is perceived as very diversified in terms of its socio-economic development (Malkowski 2007; Malkowska, Malkowski 2018), with a clear domination of Dolnośląskie and Śląskie voivodeships on the one hand, and with Podkarpackie voivodeship as the weakest one, on the other. The latter one is the only of these voivodeships that is located on the EU's external border, where unfavorable social and economic phenomena have accumulated. Therefore, an attempt was made in the paper to verify the following research hypothesis: foreign trade is not a significant factor contributing to the development of the entire area of Poland's southern borderland.

The time frame of interest was dictated by the availability of various statistical data. It spans the period from 2010 to 2015. At the time of this article going to press, foreign trade data for particular regions of Poland in 2016 was unavailable. This article mainly makes use of factual information obtained from the Central Statistical Office, as well as data from the Customs Administration's Analysis Center.

The study was based on the statistical analysis method and the descriptive method with elements of deductive reasoning. For the purpose of presenting the results tables and figures were used, as well.

Results

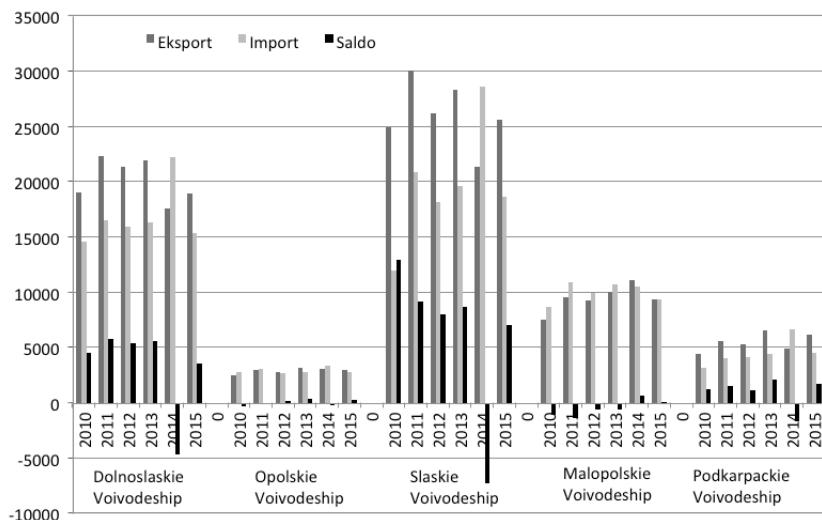
The main aim of the work was to analyze the exports of Poland's southern borderland. However, a detailed description of sales made to foreign recipients requires at least a general description of the entire trade, namely exports, imports and foreign trade balance to be shown first. Presentation of these three values will be the starting point for further considerations.

As Fig. 1 depicts, the intensity of foreign trade in commodities in the individual voivodeships of Poland's southern borderland is fairly diversified, with Śląskie voivodeship being the area's leader. Dolnośląskie voivodeship enjoys relatively high values in this respect, too. Conversely, Opolskie was the least active voivodeship in terms of foreign trade.

Between 2010 and 2015, total exports of Poland's southern borderland voivodeships grew from USD 5.8 billion to USD 6.3 billion, i.e. by almost 8%. During the six years concerned, four of the regions demonstrated an increase in export value, with Podkarpackie voivodeship reaching the highest growth of 41.3%. Export value in three of the remaining regions grew by the following figures: Małopolskie – 23.7%; Opolskie – 20.1%; Śląskie – 3%. Dolnośląskie suffered a minimal drop of 1%.

The total imports of Poland's southern borderland voivodeships grew, as well, increasing from USD 4.1 billion in 2010 to USD 5.1 billion in 2015, i.e. by almost 22.6%. Therefore, the import growth rate was larger than the export growth rate. Only one of the voivodeships, Opolskie, suffered a drop of 2.8% in import value in the period concerned. The other four regions saw their imports grow, with the largest growth in Śląskie (by 55.3%), followed by Podkarpackie (by 41.5%), then Opolskie (by 20.1%), and Dolnośląskie (by 5.1%) voivodeships.

Fig. 1. The export, import and foreign trade balance values for Poland's southern borderland voivodeships between 2010 and 2015 (in USD billions)



Source: the author's own work and calculations based on data from the Customs Administration's Analysis Center.

It should be added that both in terms of the exports and imports of the particular voivodeships it is impossible to talk of either a growing or a declining tendency. Rather, our chain analysis of individual data showed that growths and drops occurred interchangeably.

During the period studied, foreign trade balances of Podkarpackie, Śląskie and Dolnośląskie voivodeships were positive in all the years concerned except for 2014. This situation was contrary to that experienced by Poland as a whole, where the country's trade balance between 2010 and 2015 was always negative. As for Małopolskie voivodeship, its trade balance was negative between 2010 and 2013, but positive in 2014 and 2015. As for Opolskie voivodeship, export deficits were observed in 2010, 2011 and 2014, and export surpluses in 2012, 2013 and 2015. As a summary, it needs to be stressed that Poland's southern borderland regions generally showed a trade surplus.

The export offer of the voivodeships concerned is diverse. The individual regions' production capacity is found in, inter alia, their machinery, electrical, metalworking, furniture, chemical and aviation industries (see Tab. 2).

Tab. 2. Types of commodities and the geographical directions of exports from Poland's southern borderland voivodeships

| Voivodeship | Exported commodities | Main geographical directions of export |
|--------------|---|---|
| Dolnośląskie | - machinery and mechanical equipment and parts thereto - copper and copper products - electrical machinery and equipment and parts thereto - sound recorders and players - non-track vehicles, parts and accessories thereto - furniture, bed linen, mattresses, lamps, illuminated advertisements - pre-fabricated buildings | - Germany - Ukraine - The Czech Republic - Switzerland - USA |
| Opolskie | - chemical products - metal products - food products - machinery and equipment - parts and accessories to cars, engines | - Germany - The Czech Republic - Ukraine - Slovakia - Austria |
| Śląskie | - machinery, including mining equipment - electrical and electronic equipment - iron and products made of steel - coal and coke - parts for the automotive sector | - Germany - The Czech Republic - Russia - Slovakia - Ukraine |
| Małopolskie | - machinery and equipment - metal structures - car parts - food products - rubber, plastic and wood products | - Ukraine - Germany - The Czech Republic - Slovakia - USA |
| Podkarpackie | - transport (including aviation) equipment - wood and wood products - rubber products and plastics - machinery and mechanical equipment - stone products, ceramics, glass | - Ukraine - Germany - France - The Czech Republic - Slovakia |

Source: the author's own work based on: Report: Polish Exports (2017).

Germany, Ukraine and the Czech Republic are three main recipients of commodities exported by Poland's southern borderland. Dolnośląskie, Opolskie and Śląskie voivodeships, which are situated in south-western Poland, export their products chiefly to their neighboring states of Germany and the Czech Republic. Małopolskie and Podkarpackie voivodeships, which are in south-eastern Poland, export their products predominantly to Ukraine, which lies on the other side of the country's eastern border. The current unfavorable geopolitical circumstances are to blame for the low significance of other eastern markets, such as Russia, for the economies of the regions concerned. An analysis of the directions for the exports of commodities from Poland's southern borderland showed a distinct correlation with the exporter's geographic situation (see Malkowski 2004). The voivodeships discussed herein are mainly involved in selling their products to their neighboring countries.

The above-presented description of foreign trade (including mainly exports) taking into account export value, the types of exported goods and their most important recipients, constitutes a starting point for further analysis and assessment of the significance of exports for the development of the regions located along Poland's southern border. To this effect, three selected indicators were used:

- the southern borderland voivodeship's share in the national exports;
- the export rate;
- the ratios of export values and sold production of industry values.

Among the indicators that can be used for assessing the significance of exports for the given region's economic development, the region's share in the country's overall exports is one of the simplest ones. It shows the extent to which the given region is responsible for generating domestic exports.

Tab. 3. Poland's southern borderland voivodeships' share in Polish exports in 2010 and 2015

| Region | Share in Polish exports [%] | | Change 2010/2015 [percentage points] |
|-------------------------------------|-----------------------------|-------------|---|
| | 2010 | 2015 | |
| POLAND | 100 | 100 | - |
| Dolnośląskie | 12.1 | 9.6 | -2.5 |
| Opolskie | 1.6 | 1.5 | -0.1 |
| Śląskie | 15.9 | 13.0 | -2.9 |
| Małopolskie | 4.8 | 4.7 | -0.1 |
| Podkarpackie | 2.8 | 3.1 | 0.3 |
| POLAND'S SOUTHERN BORDERLAND | 37.2 | 31.9 | -5.3 |

Source: the author's own work and calculations based on data from the Customs Administration's Analysis Center.

The combined share of these regions' contribution to Poland's exports in 2010 was 37.2%, but a mere 31.9% in 2015, which was a drop of 5.3 pp. Among them, the highest share in the domestic exports was achieved by Śląskie voivodeship, with 15.9% in 2010 and 13.0% in 2015. The lowest share, however, was achieved by Opolskie voivodeship, with 1.6% in the base year and 1.5% in 2015.

It must be noted, as well, that in the years concerned the shares of the individual regions in Poland's exports kept decreasing, unfortunately. The only growth in this respect was achieved by Podkarpackie voivodeship, whose share in the export of commodities increased slightly, i.e. by 0.3 pp (see Tab. 3). However, it needs to be stressed that Śląskie and Dolnośląskie voivodeships' share in generating Poland's domestic exports was considerable. In this respect, out of the sixteen voivodeships of Poland Śląskie voivodeship ranked the second and Dolnośląskie voivodeship ranked the third in 2015 (see Malkowska 2017). At that time, Mazowieckie voivodeship with Polish capital Warsaw provided the largest contribution to the country's exports of goods, namely 13.9%.

Tab. 4. The ratios of export values and Gross Domestic Product (GDP) values in 2010 and 2015 (in %)

| Region | Exports/GDP [%] | |
|---------------------|-----------------|------|
| | 2010 | 2015 |
| POLAND | 33.3 | 42.0 |
| Dolnośląskie | 52.3 | 48.6 |
| Opolskie | 26.7 | 30.7 |
| Śląskie | 39.6 | 44.6 |
| Małopolskie | 20.4 | 25.6 |
| Podkarpackie | 23.5 | 34.1 |
| POLAND'S BORDERLAND | SOUTHERN | 32.5 |
| | | 36.7 |

Source: the author's own work and calculations based on data from the Customs Administration's Analysis Center and the Central Statistical Office's Local Data Bank.

Export rate, i.e. the ratio of export value and GDP value, is another indicator that can be used for assessing the significance of exports for the economy of the given region. It provides an indirect indication of the extent to which the economy is export-oriented. The higher the export rate, the better off the economy is. In the borderland concerned, the indicator depicting the ratio of export value and GDP grew in 2015 as compared to the base year for all the voivodeships but one, namely Dolnośląskie. This should be interpreted as a display of their growing openness, which is a very positive sign from the point of view of their economic development. In both the base year and the target year, the export rate for Dolnośląskie and Śląskie voivodeships was higher than that for the whole country, which means that Polish economy's openness was lower than that of the two regions. The largest export rate increase was observed for Podkarpackie voivodeship, as it reached 10.6 pp.

Tab. 5. The ratios of export values and sold production of industry (SPI) values in 2010 and 2015 (in %)

| Region | Exports/SPI [%] | |
|------------------------------|-----------------|------|
| | 2010 | 2015 |
| POLAND | 48.8 | 59.8 |
| Dolnośląskie | 63.3 | 64.7 |
| Opolskie | 39.3 | 48.1 |
| Śląskie | 40.5 | 48.8 |
| Małopolskie | 35.3 | 41.8 |
| Podkarpackie | 42.1 | 61.1 |
| POLAND'S SOUTHERN BORDERLAND | 44.1 | 52.9 |

Source: the author's own work and calculations based on data from the Customs Administration's Analysis Center and the Central Statistical Office's Local Data Bank.

The significance of exports for the given economy can also be expressed using an indicator depicting the ratio of export value and the value of sold production of industry (as a production-stimulating factor). This ratio illustrates the extent to which production is "activated" by foreign demand. It can also (assuming a certain simplification) be interpreted as showing the volume by which the region's production would drop if exports were discontinued (Gawlikowska-Hueckel, Umiński 2008). Hence, it provides information on the significance of exports for the regions' economies. The higher the indicator, the better off the given economy is, as it indicates more intensive trade relationships with foreign contractors.

For all of Poland's southern borderland regions, the ratio of exports and sold production of industry improved from 2010 to 2015 (by 8.8 pp). This indicates that the value of the five economies concerned grew, and their ability to compete in foreign markets improved. The increase in the share of exports in sold production of industry resulted from a simultaneous increase in the value of production of the individual voivodeships. Additionally, the values of the indicators depicting the correlation between SPI and exports for Dolnośląskie and Podkarpackie voivodeships were higher than the average value calculated for Poland in the period concerned. The largest growth in this ratio was observed for Podkarpackie voivodeship, with a figure as high as 19 percentage points.

Conclusions

The research conducted for the years 2010 to 2015 confirmed that foreign trade developed in Poland's southern borderland voivodeships. Both the exports and imports of goods increased, which was in line with the general processes observed domestically and globally. Nevertheless, it must be noted that these regions differed quite considerably as it comes to their activity in international trade. Śląskie voivodeship was the borderland's leader in this respect, whose value of goods exported in 2015 was 9 times the value obtained by Opolskie voivodeship, the lowest-achieving exporter of the regions. Another significant fact is that in most of the years concerned, the analyzed regions scored positive trade balances, which reflected a relative continuity of the surpluses they were making. Out of the five regions studied herein, Podkarpackie voivodeship deserved special emphasis as the one demonstrating the largest growth in both exports and imports.

From the point of view of the functioning of the individual regions' economies, it is essential that the significance of their exports should be assessed. After all, exports can be an important determinant of economic development. This research showed that the role of exporting goods in developing Poland's southern borderland voivodeships was uneven. The share of the entire borderland in generating domestic exports decreased by more than 5%. This means that their former share was taken over by other voivodeships of Poland. It must be remembered, though, that this research only focused on the exports of goods. Therefore, the decrease may also have resulted partly from the fact that in some regions (e.g. Dolnośląskie voivodeship) services started taking a growing share in foreign trade. This subject requires further in-depth studies.

The indicators reflecting the ratio of exports and the GDP and the ratio of exports and sold production of industry for Poland's southern borderland increased, which should be perceived as favorable. The economies of the voivodeships analyzed herein became more open and export-oriented. They strengthened their competitiveness in international markets, as well. Due to the fact that most exports from the regions concerned were made to EU Members States, where no customs or trade barriers are imposed, the voivodeships could focus their main efforts on building their competitiveness. At the same time, however, it must be stressed that only three of these voivodeships scored better than the national average (namely Dolnośląskie, Śląskie and Podkarpackie). Therefore, it can be concluded that the exports of goods are of material significance for the develop-

ment of their economies. As for the two remaining regions (e.g. Małopolskie and Opolskie voivodeships), such significance was relatively smaller. In simple terms, it can therefore be concluded that exports have an impact on the development of regional differences. Exports cannot be considered as a dominating determinant of development for all of the voivodeships concerned. Thus, the hypothesis proposed at the beginning of the paper has been verified positively.

References

Central Statistical Office. (2018). Local Data Bank of the Central Statistical Office, <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start> (06.2018)

Customs Administration's Analysis Center. (2011-2016). Gospodarka Morska. Przegląd Statystyczny 2010-2016 [Maritime Economy. Statistical Review 2011-2016], Prace Instytutu Morskiego w Gdańsk, Gdańsk.

Gawlikowska-Hueckel, K., Umiński, S. (2008). Handel zagraniczny województwa pomorskiego w latach 2002-2006, [Foreign trade of the Pomeranian Voivodeship in 2002-2006]. Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk, 28-29.

Golejewska, A. (2012). Eksport jako czynnik rozwoju regionalnego. Aspekt teoretyczny, [Export as a factor of regional development. A theoretical aspect]. Zarządzanie i Finanse, 2(1), 269-279.

Grabowiecki, J. (2012), Wartość i dynamika wymiany handlowej województwa podlaskiego, [Value and dynamics of trade exchange in the Podlasie Voivodship]. [in:] J. Grabowiecki (red.), Wymiana handlowa województwa podlaskiego po akcesji do Unii Europejskiej, BFKK, Białystok.

Grossman, G. M., & Helpman, E. (2015). Globalization and growth. American Economic Review, 105(5), 100-104.

Helpman, E., & Krugman, P. R. (1985). Market structure and foreign trade: Increasing returns, imperfect competition, and the international economy. MIT press.

Klimiuk, Z. (2017). Ewolucja tradycyjnych koncepcji handlu zagranicznego w teorii ekonomii, [The evolution of traditional concepts of foreign trade in the economic theory]. Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne, 7-25.

Komornicki, T. (2003). Przestrzenne zróżnicowanie międzynarodowych powiązań społeczno-gospodarczych w Polsce. [Spatial differentiation of international socio-economic ties in Poland]. (Vol. 190). IGiPZ PAN.

Kurowska-Pysz, J. (2016). Opportunities for cross-border entrepreneurship development in a cluster model exemplified by the Polish–Czech border region. *Sustainability*, 8(3), 230.

Kuśpit, J. (2011). Handel zagraniczny województwa lubelskiego-główne tendencje i ich przyczyny. [Foreign trade of Lubelskie Voivodship – main tendencies and their reasons]. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, (221 Problemy regionalizmu i globalizacji), 312-320.

Malkowska, A. (2017). Eksport jako czynnik rozwoju województw zachodniego pogranicza Polski, [Exports as a Factor in the Development of Poland's Eastern Borderland]. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18 (2, cz. 3 Strategia jednostki samorządu terytorialnego w realiach współczesnego otoczenia), 57-75.

Malkowska, A. (2017). Znaczenie usług w handlu zagranicznym województwa dolnośląskiego, [The Meaning of Services in The International Trade of Dolnośląskie Voivodeship]. Research Papers of the Wroclaw University of Economics/Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, (489).

Malkowska, A., & Malkowski, A. (2017). Eksport jako czynnik rozwoju województw wschodniego pogranicza Polski. [Exports as a Factor in the Development of Poland's Eastern Borderland]. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, (86), 43-50.

Malkowska, A., & Malkowski, A. (2018, January). Assessment of the development of a border area using Poland's Eastern Borderland as an example. In Economic Science for Rural Development Conference Proceedings (No. 48).

Malkowski, A. (2004). Rola granicy w rozwoju lokalnym, [The role of the border in local development]. *Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica*, 43, 129-133.

Malkowski, A. (2007). Wielowymiarowa analiza przestrzennego zroznicowania rozwoju społeczno-gospodarczego województw w latach 1999-2004. *Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica*, (48), 205-212.

Malkowski, A. (2015). Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów przygranicznych, [Socio-economic development concepts for border regions]. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, (402 Polityka ekonomiczna), 210-219.

Motofei, C. (2017). Foreign Trade Evolutions in the European Union. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(2), 156-163.

Raport: Polski Eksport 2017, [Report: Polish export] (2017). <https://www.bisnode.pl/wiedza/newsy-artykuly/raport-polski-eksport-2017/> (06.2018)

Szejgiel, B., & Komornicki, T. (2015). Spatial differentiation of Polish export linkages. *Geographia Polonica*, 88(1), 173-178.

Vernon, R. (1992). International investment and international trade in the product cycle.
In International Economic Policies and their Theoretical Foundations (Second Edition) (pp. 415-435).

Wnorowski, H. (2002), Międzynarodowe uwarunkowania procesów rozwojowych regionów, [International conditions of regional development processes]. [in:] C. Sadowska-Snarska (red.), Problemy rozwoju przygranicznych regionów wschodniej Polski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok, s. 49-60.

EMPIRICAL ANALYSIS OF CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN FDI AND TRADE: CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA

LULJETA SADIKU,

PhD

International Balkan
University

luljeta.sadiku@yahoo.
com

SNEZANA BILIC,

PhD

International Balkan
University

snezana.bilic@yahoo.
com

LIZA ALILI SULEJMANI,

PhD

International Balkan
University

liza.a.sulejmani@gmail.com

Abstract

FDI and international trade play a vital role on the course of globalization, and economic development of the countries. Thus, the main objective of this paper is to determine the causal relationship between FDI, exports and imports for the case of Republic of Macedonia, using quarterly time series for time period 2000Q1 – 2016Q4. Time series are tested for stationary, by performing Augmented Dickey Fuller and Phillips Perron test, as well as Johansen co-integration test is applied. The research methodology consists on the vector autoregression (VAR) model and Granger causality test for examining the causality among these variables. The empirical results of the Granger causality test didn't show any causal relationship between FDI, exports and imports. Moreover, it wasn't found a long run linkage between FDI and international trade based on the results of Johansen co-integration test. Thus, attracting more foreign direct investments is of particular importance for the country, especially those that will be sizable and export oriented.

Keywords: FDI, exports, imports, co-integration, Granger causality.

JEL classification: F10, F21

I. INTRODUCTION

Foreign direct investments are a fundamental component of an open economy and a key catalyst of economic development. They facilitate countries around the world to access to international markets; act as a source of economic growth, modernization, and employment. The connection among FDI and trade indica-

tors of the host economies enthused discusses all through the years. The recent studies suggest that FDI has trade improving effects, especially on net exports. Thereby, based on the most of the studies conclusions' there is a well-built relation between FDI and export-driven economic growth. Li et al. (2017) emphasize that multinational corporations (MNCs) that engage in FDI have several development effects on host countries, these include among others, channeling the products to international markets through their global distribution networks, bringing new technologies and advancement of human capital, encouraging research and development (R&D) in order to improve the quality of their products, as well as the efficiency of their production process.

Most transition countries, including Macedonia consider FDI as a "fuel" to support their development, so they are incited to open up to import foreign private capital in form of foreign direct investments for many reasons, including the opportunity to accumulate additional capital and to smooth the misbalance between the investments and the savings that was extremely deteriorated, as well as to increase the volume of exports, increase the employment and spur the growth of the economy.

In the last decade business environment in Macedonia has been greatly improved and the government attempts on investment promotions have been persistent. However, the ease of doing business is necessary but not sufficient condition for attracting sizeable FDI and rise of trade volume, so stabilizing the economy and political environment, improving the country's infrastructure, advancing the rule of law and government quality and other institutional indicators are much more important aspects. Thereby this research paper aims to shed light on the effects of FDI over exports and imports as well as to answer the question whether FDI encourage the exports and imports of Republic of Macedonia or not. The positive impacts of foreign direct investments are particularly important for a small economy such as Republic of Macedonia. Thus, it is basic to create the conditions that will enable the country to completely use the advantages of FDI.

II. BRIEF LITERATURE REVIEW

The number of empirical assessments of impact of the inward FDI on exports and imports of host countries is generally limited compare to that on productivity spillovers and economic growth. Even the available studies provide mixed results for different individual or group of countries. Some studies find positive

impact of FDI on exports (Fontagne and Pajot, 1997; Clausing, 2000; Alguacil et al.2002; Vuksic, 2011), especially for the countries with export oriented MNCs, whereas some other studies find no robust evidence or weak influence of FDI on exports (Hoekman and Djankov, 1997). Moreover, Ibraimova (2010) finds a negative relationship for developing countries.

Kutan and Vuksic (2007) analyzed the direct and indirect effects of FDI inflows in twelve Central and Eastern European economies in the period (1996-2004) and find that FDI have contributed to an increase of exports by increasing the domestic supply capacity and that FDI have indirect effects on export only in the new member states of the European Union. Also, Acaravci and Ozturk (2012) analyzed the causal relationship among financial development, export and FDI for ten European countries over the period 1994-2008. Their survey revealed that there is causal connection among FDI, exports and economic growth in four out of ten nations.

In addition, Selimi, Sadiku and Reci (2016) using the panel regression techniques and LSDV estimation method find a positive impact of FDI on the export performance of South East European countries for the period 1996-2013. They found that fixed effects of FDI on exports are higher in Slovenia, Bulgaria and Montenegro, while lower in Macedonia, and even negative in Albania and Serbia.

Aitken (1997) investigated the role of multinational companies on the exports of local companies in Mexico in the period 1986-1989 by estimating a probit model. They find evidence that multinational firms positively affect the export activity of the domestic firms in the same sector of a firm and the region being an exporter. Ruane and Sutherland (2005) find similar evidence for Ireland for the period (1991-1998) i.e. that the presence of multinational enterprises in one sector positively affects the decision of the domestic firms in that sector to export their goods and services.

An observational assessment by Liu (2002) using cross-sectional data at the business level demonstrates that the export performance of various enterprises is essentially affected by FDI. Tremendous work has been done by Wu (2003), who uses the element input form of the Hekscher-Ohlin model and extends it by analyzing the effect of environmental components, like foreign investment on trade, among Chinese areas. He finds that foreign direct investment positively affects regional export performance.

The results of Vuksic (2011) indicate that FDI had positive and significant impact on the exports of SEE countries, for the whole sample, as well as for the two subsamples – the more advanced transition economies – new EU member states, and a group of, on average, less advanced countries comprising four Southeast European countries.

Leichenko and Erickson (1997) consider the impacts of FDI on the international trade of U.S. Their review looks at the connection among manufacturing export execution and foreign direct investment in manufacturing industry crossways U.S. states for the time span 1980 - 1991. In their model, state export intensity is controlled by state concentration of FDI and other explanatory variables. The model was assessed for manufacturing in general, and for five separate subsets of manufacturing organizations. The positive and significant parameters of the export- and FDI factors recommend that the rise of exports and foreign-funded enterprises support export performance in the following year.

Soliman, (2003) analyzed the effects of FDI on manufacturing exports in four MENA countries (Egypt, Tunisia, Morocco and Turkey) for the period of 1970-1997. The findings reveal that FDI activity has positive effect on the host country's manufacturing exports, although the magnitude of the effect is small for raising the share of manufacturing exports in merchandise exports.

Zhang (2005) conducted research on a cross section of 186 industries and finds positive correlation amongst FDI and export performance of China. The author highlights that the FDI effect on export promoting is much higher than that of domestic capital as well as its effect is grater in labor intensive industries.

The economic literature also provides evidence relating to international trade and foreign direct investment, revealing that these two indicators are substitutes of each other.

3. METHODOLOGY AND DATA

This section of the paper aims to estimate the FDI effects over exports and imports in order to answer the question whether FDI fuel the exports and imports of Republic of Macedonia or not. The accumulated FDI per capita in Macedonia is inferior in comparison to other transition economies, and the export structure entail that FDI have moderately contributed to the export performance of the country. Based on this fact, it will be tried to be conducted a comprehensive study concerning the relationship between FDI and exports. For estimating their

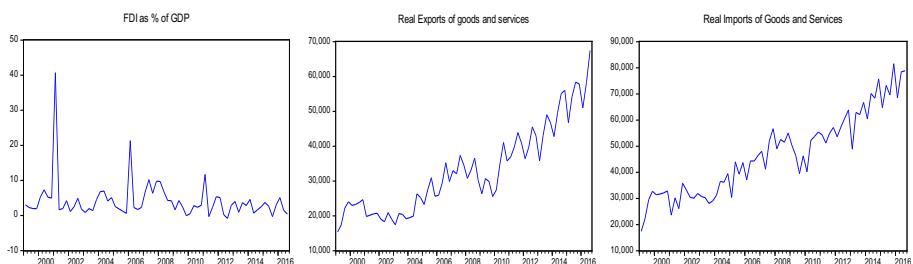
correlation, it will be used vector autoregression (VAR) methodology. Beside this will be performed a co-integration test for investigating the long run relationship, as well as a Granger Causality test for examining if there is any causal relationship between FDI and exports and imports or not, as well as the direction of causality.

As the empirical rule suggest, the dependent variable and the regressors should be stationary. If this is not the case, that is, if the dependent variable and/or regressors are nonstationary, then conventional hypothesis tests, confidence intervals, and forecasts can be unreliable (Stock and Watson, 2003). Thus, the used time series should first be tested for the unit root. To avoid this initial problem we check for the stationary of variables, using Dickey Fuller and Philips-Perron tests, and if any time series is not stationary will be transformed to stationary series by taking its first difference.

3.1 The Data

The data used in the empirical analysis are in quarterly basis that cover the period 1999Q1-2016Q4. The main sources of data are the National Bank (NBRM) and the State Statistical Office (SSO). The used variables in the analysis are presented in (Figure 1) below, while the data description in (Table 1).

Figure 1: Used variables in the empirical analysis



Source: National Bank of RM and State Statistical Office of Macedonia.

Table 1: Description of data and data sources

| Variable | Abbreviation | Description | Source |
|----------------------------|--------------|---|--------|
| Real imports | RIMP | Real imports of goods and services (at constant prices, reference year 2010, in million Denars) | SSO |
| Foreign Direct Investments | FDI | Foreign direct investments as % of GDP | NBRM |
| Real exports | REXP | Real exports of goods and services (at constant prices, reference year 2010, in million Denars) | SSO |

The following table gives the summary statistics for the data used in the empirical analysis. In total there are 72 observations, the mean, the standard deviation and the minimum and maximum values of the data are summarized, for a better understanding of the data pattern.

Table 2: Descriptive statistics

| Variable | Obs | Mean | Std. Dev. | Min | Max |
|----------|-----|----------|-----------|-----------|----------|
| IMP | 72 | 46999.53 | 15554.16 | 17371.78 | 81571.82 |
| EXP | 72 | 33052.38 | 12407.29 | 15417.22 | 67482.64 |
| FDI | 72 | 4.155442 | 5.525049 | -0.818086 | 40.7013 |

Source: Authors' calculation

3.2 The specification of econometric model

The econometric model of this research consists on a vector autoregressive (VAR) system, which is specified as follows:

$$\begin{bmatrix} FDI_t \\ EXP_t \\ IMP_t \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} c_1 \\ c_2 \\ c_3 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \Phi_{11}(L) & \Phi_{12}(L) & \Phi_{13}(L) \\ \Phi_{21}(L) & \Phi_{22}(L) & \Phi_{23}(L) \\ \Phi_{31}(L) & \Phi_{32}(L) & \Phi_{33}(L) \end{bmatrix} \begin{bmatrix} FDI_t \\ EXP_t \\ IMP_t \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \\ \varepsilon_{3t} \end{bmatrix}$$

Where, FDI, EXP and IMP indicate three endogenous variables: foreign direct investment, exports and imports, respectively, L is the lag operator, and ε are white noise errors. The null of no joint significance of parameters of lagged variables of interest can be tested using F-tests. Empirical rule based on time

series data assumes that the basic time series are stationary. However, in the most of the studies the time series are non stationary or integrated of order 1 (Engle and Granger, 1987). Accordingly they should transform to stationary by taking the first or second difference.

4. EMPIRICAL RESULTS

As it was stated above, time series properties of the variables are checked using Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Philips-Perron unit root testing procedures. The results point out that the series of exports and imports are not stationary in level, but become stationary once de trended by taking the first difference, whereas the series of FDI is stationary in level. The test results are summarized in Table 3 below.

Table 3. Unit root test statistics of series

| Variables | Test | Level | | First Difference | | Decision |
|-----------|------|--------------|---------|------------------|---------|----------|
| | | t-statistics | p-value | t-statistics | p-value | |
| FDI | ADF | -3.375*** | 0.011 | - | - | I(0) |
| | PP | -8.010*** | 0.000 | - | - | |
| EXP | ADF | -2.366 | 0.050 | -3.174** | 0.021 | I(1) |
| | PP | -3.137 | 0.063 | -5.182*** | 0.000 | |
| IMP | ADF | -3.023 | 0.125 | -4.996*** | 0.000 | I(1) |
| | PP | -3.099 | 0.100 | -7.007*** | 0.000 | |

The notifications ***, ** and * denote 1%, 5% and 10% level of significance, respectively.

Source: Authors' calculations

Testing for Co-integration

For escaping the spurious regression, the non-stationary time series variables won't be considered in regression models. However, Engle and Granger (1987) revealed that a linear combination of two or more non-stationary series may be stationary. If this is the case, the non-stationary time series can be co-integrated and the stationary linear combination can be interpreted as a long run equilibrium relationship among the variables. Given that the variables of exports and imports are not stationary at levels based on ADF and PP results, it is required to

be performed a co-integration test to examine the long-run relationships amongst I(1) variables before running any further analysis on their long-term relationship. Table 4 below displays the results of the cointegration tests based on Johansen's maximum likelihood procedure test, for the variables FDI, exports and imports.

Table 4. Cointegration test results based on the Johansen maximum likelihood procedure

| | Eigenvalues | H_0 | H_1 | 5% critical value | Test values |
|-------------|-------------|------------|---------|-------------------|-------------|
| Trace tests | | | | | |
| λ_1 | 0.2675 | $r = 0$ | $r > 0$ | 29.797 | 36.001 |
| λ_2 | 0.1813 | $r \leq 1$ | $r > 1$ | 15.495 | 14.832 |
| λ_3 | 0.0179 | $r \leq 2$ | $r > 2$ | 3.841 | 1.229 |
| tests | | | | | |
| λ_1 | 0.2675 | $r = 0$ | $r = 1$ | 21.132 | 21.169 |
| λ_2 | 0.1813 | $r = 1$ | $r = 2$ | 14.265 | 13.603 |
| λ_3 | 0.0179 | $r = 2$ | $r = 3$ | 3.841 | 1.229 |

Source: Author's calculations

The results make known that there is not any long run relationship between aforementioned variables in view of the fact that the null hypothesis of no co-integration cannot be rejected. Both the trace tests and tests imply that there is not any co-integrating vector between FDI exports and imports.

Regression results

This section presents the regression results of VAR model, impulse response functions and the causality test. According to Akaike Information Criterion (AIC), the optimal number of lags for the three variables is 2. In Table 5 below are summarized the empirical results of VAR model. Based on the results of the system of equations where exports and imports are dependent variables, the coefficients of FDI are with positive sign (in the first and second lag), but no one is statistically significant, meaning that the null hypothesis cannot be rejected, which implies that FDI doesn't have any significant impact on the exports and

imports of Macedonia. The results of Granger causality test also reveal that there is not any causal relationship between FDI, exports and imports, since the null hypothesis that FDI doesn't Granger cause exports and vice versa cannot be rejected (see Table 6). Similar results are also obtained for imports.

Based on the impulse response functions displayed in Figure 2 below, it is obvious that for one standard deviation shock given to FDI, the response of exports is not different from zero in all time horizon, except in the third period, meaning that the exports weakly react. Similar results are obtained for imports. For one standard deviation shock given to FDI, imports react positively only in the second period, whereas at the other time horizon the line approaches to zero, implying insignificant effect.

Table 5. Results of VAR model

| Vector Autoregression Estimates | | | |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Sample (adjusted): 1999Q4 2016Q4 | | | |
| Standard errors in () & t-statistics in [] | | | |
| | FDI | DLOG_- REXP | DLOG_RIMP |
| FDI(-1) | -0.522548 (0.16773) [-3.11550] | 0.005055 (0.01662) [0.30411] | 0.003275 (0.01892) [0.17308] |
| FDI(-2) | -0.355609 (0.15971) [-2.22659] | 0.001280 (0.01583) [0.08086] | 0.008699 (0.01802) [0.48284] |
| DLOG_REXP(-1) | -0.070332 (1.41430) [-0.04973] | -0.233589 (0.14017) [-1.66649] | 0.219973 (0.15955) [1.37873] |
| DLOG_REXP(-2) | 1.697195 (1.51990) [1.11665] | -0.486803 (0.15064) [-3.23167] | -0.064609 (0.17146) [-0.37681] |
| DLOG_RIMP(-1) | 0.917535 (1.52387) [0.60211] | 0.044427 (0.15103) [0.29417] | -0.524953 (0.17191) [-3.05367] |
| DLOG_RIMP(-2) | 0.072088 (1.44211) [0.04999] | 0.037442 (0.14292) [0.26197] | 0.088518 (0.16268) [0.54411] |
| C | -0.054932 (0.15415) [-0.35636] | 0.023900 (0.01528) [1.56439] | 0.016490 (0.01739) [0.94823] |
| R-squared | 0.251202 | 0.286477 | 0.309001 |
| Adj. R-squared | 0.151362 | 0.191341 | 0.216867 |
| Sum sq. resids | 49.62941 | 0.487483 | 0.631596 |

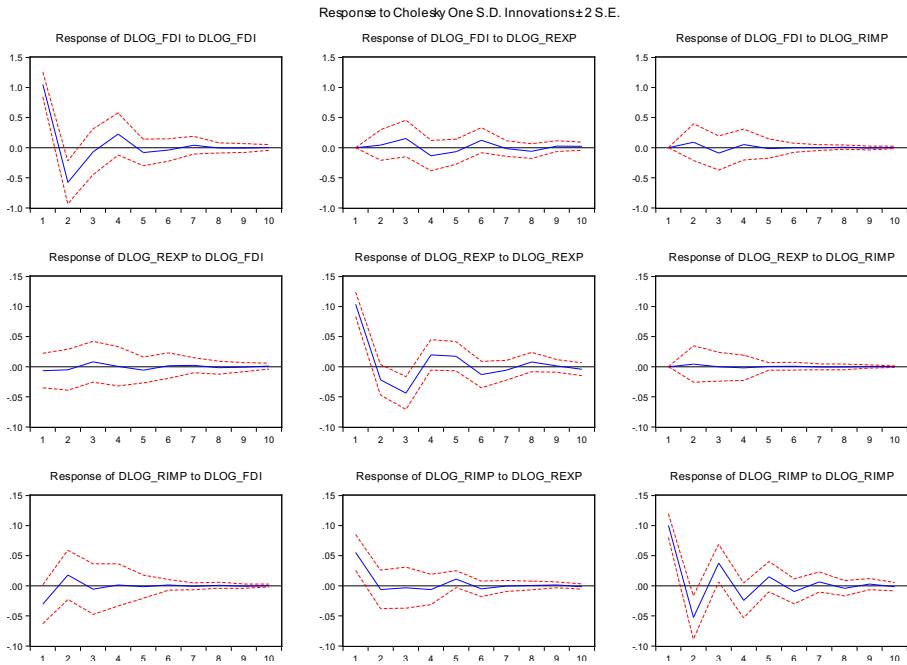
| | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|
| S.E. equation | 1.050179 | 0.104081 | 0.118471 |
| F-statistic | 2.516048 | 3.011223 | 3.353844 |
| Log likelihood | -72.57164 | 47.62854 | 40.89468 |
| Akaike AIC | 3.060448 | -1.562636 | -1.303642 |
| Schwarz SC | 3.323115 | -1.299969 | -1.040974 |
| Mean dependent | -0.021929 | 0.012578 | 0.010122 |
| S.D. dependent | 1.139993 | 0.115742 | 0.133874 |
| Determinant resid covariance (dof adj.) | 0.000119 | | |
| Determinant resid covariance | 7.74E-05 | | |
| Log likelihood | 24.76424 | | |
| Akaike information criterion | -0.144779 | | |
| Schwarz criterion | 0.643224 | | |

Table 6. Granger Causality test

| Pairwise Granger Causality Tests | | | |
|--|-----|-------------|--------|
| Sample: 1999Q1 2016Q4 | | | |
| Lags: 3 | | | |
| Null Hypothesis: | Obs | F-Statistic | Prob. |
| DLOG_REXP does not Granger Cause FDI | 67 | 1.47019 | 0.2357 |
| FDI does not Granger Cause DLOG_REXP | | 0.15122 | 0.9284 |
| DLOG_RIMP does not Granger Cause FDI | 67 | 1.29481 | 0.2881 |
| FDI does not Granger Cause DLOG_RIMP | | 0.15122 | 0.9284 |
| DLOG_RIMP does not Granger Cause DLOG_REXP | 67 | 2.46225 | 0.0712 |
| DLOG_REXP does not Granger Cause DLOG_RIMP | | 1.07804 | 0.3653 |

Source: Author's calculation

Figure 2. Impulse Response functions



Source: Author's calculation

5. CONCLUSIONS

The purpose of this research paper was to shed light on the effects of FDI over exports and imports, and to answer the question whether FDI stimulate the international trade of Republic of Macedonia. For estimating their relationship, it has been used the quantitative research strategy, concretely the vector auto regression (VAR) methodology. Beside this it has been performed a Granger Causality test in order to be investigated if there is any causal relationship between FDI and exports and imports or not, as well as the direction of causality. The results indicated that FDI has positive impact on exports and imports but statistically insignificant. Also based on Granger causality test, the null hypothesis that FDI does not Granger cause exports, cannot be rejected as well as the null hypothesis that exports doesn't Granger cause FDI cannot be rejected. Similar

findings were obtained for imports. Accordingly, the results revealed that there is not a causal relationship between FDI and exports and imports for the case of Macedonia. Furthermore, the co-integration test didn't show any long run relationship between these variables.

As a conclusion, foreign direct investments in RM are mainly concentrated in the financial sector, service sector, telecommunications and energy, which products and services are mostly dedicated for the domestic market rather than international market. Although, the favorable government policies for foreign investors have contributed to the promotion of FDI, but the level of their inflows remain low compared to other countries in the region. For this reason it is necessary to continue the efforts to absorb foreign direct investments that will also be export oriented.

REFERENCES

- [1] Acaravci, A., Ozturk, I. (2012), Foreign direct investment, export and economic growth: Empirical evidence from new EU countries. Romanian Journal of Economic Forecasting, 2(2012), 52-67.
- [2] Aitken, B., H.G Hanson and A.E. Harrison (1997). "Spillovers, Foreign Investment, and Export Behavior", Journal of International Economics, 43, 1, 103-32
- [3] Alguacil, M. and Orts, V. (2002), 'A Multivariate Cointegrated Model Testing for Temporal Causality between Exports and Outward Foreign Investment: the Spanish Case', Applied Economics, 34, 119-132.
- [4] Clausing, K. A. (2000), 'Does Multinational Activity Displace Trade', Economic Inquiry, 38(2), 190-205.
- [5] Engle, R.F., and C.W.J. Granger, "Cointegration and Error-Correction: Representation, Estimation
and Testing," Econometrics, 55, March, 1987, 251-276.
- [6] Fontagné, L. and Pajot, M. (1997), 'Relationships between Trade and FDI Flows within two Panels of US and French Industries', Working Paper of the University of Paris 1.
- [7] Kutan, M. and Vuksic, G. (2007). "Foreign direct investment and export performance: empirical evidence", Comparative Economic Studies, September, pp. 1-16.
- [8] Hoekman, B. and Djankov, S. (1997). "Determinants of Export Structure of Countries in Central and Eastern Europe", The World Bank Economic Review, 11(3): 471-487.

- [9] Ibrahimova, U. (2010) "The effect of inward foreign investments on export performance of developing countries: evidence from nine members of CIS," central European University Department of Economics, Budapest.
- [10] Gujarati, D. (2003). Basic econometrics - 4th edition. New York: McGraw-Hill Inc, pg. 819-830
- [11] Leichenko, R.M., Rodney, A.E., (1997)." Foreign direct investment and state export performance". Journal of Regional Science 37 (2), 307-329.
- [12] Xin Li, Hsu Ling Chang, Chi Wei Su and Yin Dai, (2017). "Does foreign direct investment promote exports in China?", China Finance Review International
- [13] Liu, Z. (2002), "Foreign direct investment and technology spillover: Evidence from China", Journal of Comparative Economics, 30 (3): 579–602.
- [14] Ruane and Sutherland, 2005. "Foreign Direct Investment and Export Spillovers: How Do Export Platforms Fare?," IIIS Discussion Paper, No.58, pp.1-35
- [15] Soliman, M. (2003), "Foreign Direct Investment in LDCs Export: Evidence from MENA Region", [Online] Available from: <http://www.mafhoum.com/press6/173E14.pdf>.
- [16] Selimi, N. Sadiku, L. and Reci, K. (2016). "Foreign Direct Investment and Export performance: Empirical Evidence for South East European Countries". Iliria International Review, Vol. 6, No.1, pp. 57-66
- [17] Vuksic, G. (2011) Foreign Direct Investment and Export Performance of the Transition Countries in Central and Eastern Europe, Paper for presentation at the 12th Dubrovnik Economic Conference, organized by the Croatian National Bank
- [18] Wu, Y., 2003. Export potential and its determinants among the Chinese regions, 4th International Conference on the Chinese Economy, Clermont-Ferrand, France, 23-24 October.
- [19] Zhang, H. (2005), "China's Export Competitiveness" . China as a World Factory, Rutledge, London

İNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARININ KİLOMETRE TAŞLARI

Doç. Dr. Bilge Leyli ELİTAŞ, Alp AY

Yalova Üniversitesi

Özet

Finansal tablolar işletmelerin finansal durumunu göstermektedir. Şirket sahibleri için şirketteki çalışanların ve yöneticilerin etkinliğini ölçmek ve izlemek için kılavuzluk yaparlar. Ayrıca şirketler hakkında bilgi edinmek isteyenler açısından da bilgi kaynağıdır. Günümüzde sermaye piyasaları ve iletişim teknikleri konusundaki gelişmeler sayesinde, finansal raporlamanın ulusal yapıdan uluslararası yapıya doğru geliştiği bir gerçektir. Tarihsel gelişmelere baktığımızda, uluslararası çabaların 1970'lerden başladığı görülmektedir. Çalışmalar finansal tabloların karşılaştırılabilir ve tam açıklayıcı özelliğe olmalarının sağlanması amacıyla başlatılmıştır. Türkiye'de süreci analiz edersek, uluslararası finansal raporlama standartlarının ulusal düzenlemelerdeki değişikliklere etkisi olduğunu ortaya koyar. Bu çalışmada, finansal raporlama standartlarının oluşumunu yönlendiren ulusal ve uluslararası bildirimler ve kanunlar sıralanarak, Türkiye'de finansal raporlama standartlarının kilometre taşıları olarak tanımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Finansal Raporlama Standartları, Tekdüzen Hesap Planı

JEL Sınıflandırması: M41

MILESTONES OF FINANCIAL REPORTING STANDARDS

Abstract

Financial statements illustrate the financial status of the businesses. For the business owners, they are guides to measuring and monitoring the effectiveness of employees and managers in the company. Furthermore, they are sources of information in terms of those who want to know about companies. Today, thanks to the developments on capital markets and communication technics, it

is a fact that financial reporting has emerged from the national structure to the international structure. When we look at historical developments, international efforts seem to start from the 1970s. This effort has been initiated to ensure that financial statements are comparable and fully descriptive. If we analyze the process in Turkey reveals that the international financial reporting standards has impact on the changes of national regulations and national standards. In this study, national and international notifications and laws that direct the formation of financial reporting standards were listed and identified as the mile stones of financial reporting standards in Turkey.

Key words: International Financial Reporting Standards, Uniform Chart of Accounts

JEL Classification: M41

Giriş

Muhasebe sisteminin gelişme süreci günümüz finansal raporlama standartlarının oluşumuna etki eden faktörlerin başında gelmektedir. Muhasebe sisteminin doğuşu ise toplumsal hayatın getirdiği gereksinimlerden gelmektedir. İlk çağlardan itibaren toplumsal hayatın getirdiği gereksinimler ortaya çıktıktan sonra muhasebenin yavaş yavaş geliştiği görülmektedir. Diğer önemli faktörler ise; yöneticilerin getirdiği kurallar ile birlikte vergi kazanmak için ticaretin kayıt altında tutulmaya çalışılmasıdır. Özellikle şehirlerin oluşmaya başlaması ve paranın bulunması ile artan alış verişler nedeniyle de kayıt tutmanın başladığı kabul edilmektedir. Bugünkü manada kayıt tutmaya temel teşkil eden ilkçağ buluşlarından birisinin de matematik ilminin gelişmesi ile birlikte Arap Sayılarının ve sıfırın kullanılmasının doğu toplumlardan batıya geçişinin göz ardı edilemez bir gelişme olduğunu söyleyebiliriz. Bu doğrultuda muhasebenin oluşumuna etki eden faktörleri basamaklandırıacak olur ise beş basamakta ifade etmek mümkündür. Bunlar;

- 1- Toplumsal hayatın getirdiği gereksinimler
- 2- Din anlayışının ve devlet adamlarının getirdiği kurallar
- 3- Paranın kullanılması
- 4- Alış-veriş ve ticaretin kayıt altında tutulması
- 5- Matematikte Arap sayılarının ve sıfırın kullanılması olarak ifade edilebilir.

Muhasebe sisteminin gelişim döneminin başlangıç noktası olarak, 14. Yüzyılda İtalyan ticari kayıtlarında bulunduğu ifade edilen "Çift Taraflı Kayıt Sistemi" alın-

maktadır. İtalyan yazar Luca Pacioli'nin 1494 tarihinde yayınladığı eserinin adı; "Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita" (Aritmetik, Geometri, Oran ve Orantı Hakkında Özeti) dır ve "Çift Taraflı Kayıt Sistemi" hakkında açıklamalar mevcuttur. "Roma rakamları, çift taraflı kayıt dizgesinin kullanılmasından sonra birkaç yüzyıl daha kullanıldıysa da Arap rakamlarının ortaya çıkması muhasebenin gelişmesini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır." (Akdoğan ve Aydın, 1987:66). Matematik ilminin gelişmesinin yanında, Muhasebe sistemine temel olabilecek sosyal gelişmelerin başında ise, Ortaçağda Avrupa'da ticaret merkezleri olan kentlerin oluşmasıdır. Bu da 11. YY dan 13. YY kadar devam eden Haçlı Seferleri sonucunda Doğu ile Batı arasında ticaretin doğması ile başladığı kabul edilmektedir. Avrupa açısından baktığımızda, ticaretin gelişmesi özel mülkiyet ve sermaye birikimini, sermaye birikimi de ticari ortaklıkların gelişimini, ortaklık kavramı da karşılıklı sorumlulukların belirlenmesini geliştirmiştir. Dolayısı ile Avrupa'da muhasebe kavramının, ticari ortaklıklar düzenleyecek şekilde gelişmeye başladığı söyleyebilir. Bunun yanında muhasebenin temel taşıları olan "Kayıt", "Tutma", "Sınıflandırma" ve "Raporlama"nın da temellerinin bu ticari ortaklıkların oluşturduğu ifade edilebilir. Ticaretin özellikle Avrupa ve İtalyan kentlerinde gelişmesi nedeni ile başta İtalyan olmak üzere diğer Avrupalı yazarlar tarafından çeşitli muhasebe kitaplarının yazıldığı bilinmektedir. "Tüm bu kitaplar Pacioli tarafından anlatıldığı gibi kayıt tutmayı açıklamışlar ve "İtalyan Yönteminin" 16. ve 17. Yüzyıllarda tüm Avrupa'ya yayılmasını sağlamışlardır." (Hiçşşamaz, 1970:4). Ancak, Asya'da hüküm süren İlhanlı Devleti Döneminde (1256-1353) yazıldığı bilinen "Saadetname" isimli eserin Doğu'da yazılan ilk muhasebe kitabı olduğu da ileri sürülmektedir. Bu eser, "Siyakat" adı verilen Abbasi, İlhanlı, Selçuklu ve Osmanlılar'da kullanılan resmi yazı tekniği ile yazılmıştır.

Siyakat, "İlhanlı Devleti döneminde yazılan diğer muhasebe kitabı eserleri olan Kanun-u Saadet (1336-1337), Cami-ül Hesap (1339-1344) ve Risale-i Felekiye (Kitab-us Siyakat) (1363) isimli kitaplarda da yazı türü olarak kullanılmıştır. Kaldı ki Osmanlı Devleti de siyakat yazı tekniğini, muhasebe iş ve işlemleri ile şifreleme ve şifreli yazışma aracı olarak kullanmıştır." (Elitaş C. ve Elitaş, B.L. 2010). Saadetname'nin yazarı, Abdullah ibn-i Ali Falak Ali-ye Tebrizi'dir. Bir muhasebe kayıt yöntemi olan "Merdiven Yöntemi", İlhanlılardan Osmanlılara taşınmıştır. Muhasebe gelişim döneminin başlangıç noktası olarak ele alınan Pacioli ve Ali-ye Tebrizi'nin eserleri hazırlanmış amaçları bakımından karşılaştığımızda şu sonuçlara ulaşmak mümkündür;

- a) Avrupa' da iç ve dış ticaretin gelişmesi nedeni ile oluşan ticari ortaklıklar ve kullanılan sermayenin kayıt altına alınması amaçlanmaktadır.
- b) Doğu ise devlet harcamalarının kayıt altında tutulması esasına dayanlığı görülmektedir. Doğu devlet adamları eliyle hazırlattırılan, devlet harcama kayıtlarının tutulması amacı ile muhasebe öğreti ve kurallarının gelişme gösterdiği ifade edilebilir.

Göründüğü üzere, her iki eseri oluşturan toplumsal şartlar ve muhasebe uygulamaları farklılık arz etmektedir. Bu nedenle Pacioli'nin eserinde aktarılan muhasebe uygulamalarının oluşmasında etken unsurun "ticaret ile oluşan ortaklıklar" olduğu ifade edilebilir. Tebrizi'nin eserinde aktarılan muhasebe uygulamalarında etken olan unsur ise "Kamu Yönetimi ve harcamalarının kayıt edilmesi" olduğu ifade edilebilir. Muhasebenin oluşumuna etki eden faktörlerin başında şehirlerin oluşmasıyla gelişen toplumsal hayatın gereklilikleri ve paranın kullanılması gibi tarihi önemli buluşların geldiği kabul edilmektedir. Ancak, muhasebenin gelişimine etki eden faktörlerin bunlarla sınırlı olmadığı açıklıdır. Bugünkü manada toplumların gelişimine dayanak teşkil eden faktörlerden olan "Ticaret", "Din", "Hukuk", "Devletlerin getirdiği kurallar", "Bilim ve Teknolojik Gelişmeler", muhasebenin gelişimine etki eden faktörlerdendir.

Özellikle günümüzde etkin olan "Küreselleşme" ile birlikte uluslararası ticaretin getirdiği kurallar ve uluslararası kuruluşların uygulamaları muhasebe kavramının gelişimine etkisi olan faktörlerdendir.

Ülkemizde ve dünyada muhasebe alanında faaliyet yürüten çok önemli ve köklü kurum ve kuruluşlar vardır. Devlet kurumları yanında özel ve özerk kuruluşların yürüttüğü faaliyetler neticesinde bugün kullanılan finansal raporlama sistemlerine ulaşılmıştır. Bu çalışmada ulusal ve uluslararası finansal raporlama standartlarının oluşumu incelenmiştir. 1970'lerden günümüze uzanan bir süreç dikkate alındığında, bu uzun süreçte önemli ve üzerinde durulması gereken birçok dernek ve vakıfların çalışmalarının bulunduğu açıklıdır. Çalışma, uzun bir dönemde yayılmış bildiri, kanun ve faaliyetleri kilometre taşları başlığı altında toparlayarak biraz daha akılda kalıcı şekilde getirme amacını taşımaktadır. Böylece hem ulusal hem de uluslararası alandaki gelişmeleri biraz daha somutlaştmak amaçlanmıştır.

I. Muhasebe İlkeleri ve Finansal Tablolar

Muhasebe kayıtlarının temelini işletmenin finansal her türlü işleminin kayıt altına alınması ve belgelerinin saklanması ilkeleri oluşturur. Bu kayıt ve belgelere

dayanılarak finansal bilgilerin sınıflandırılması ve yorumu hazır hale getirilmesi ise muhasebenin ikinci temel görevidir. "Finansal bilgi, ticari veya sınai bir ticari teşebbüsün kredi riskinin sağınlığının belirlenmesinde kullanılan, incelenen ve analiz edilen tüm verilerin sadece bir bölümünü oluşturur." (Foulke, 1968: 50). Bir işletmenin finansal durumu, performansı ve nakit akışı gibi diğer özelliklerini göstermesi için finansal bilgiler tablolar halinde hazırlanır. Finansal tablolar işletme içi faaliyetlerin bir göstergesi olarak çalışanlar ve yöneticilerin etkinliğini ölçme ve denetleme amacıyla işletme sahiplerine yön gösterici olduğu kadar işletme dışı bilgi kullanıcıları açısından da şirket hakkında kanaat verici özellik taşırlar. Günlümüzde gelişen sermaye piyasaları ve hızlı iletişim olanakları sayesinde finansal raporlamanın da ulusal yapısından çok uluslararası nitelik kazandığı bir gerçektir. İşletmelerin uluslararası boyutta faaliyet yürüttüğünü veya yabancı yatırımcılar için incelenmek istendiklerini düşündüğümüzde uluslararası boyutu göz önüne alarak finansal tabloların hazırlanması ve karşılaştırılabilirlik özelliklerinin olması gerekmektedir. İşletmelerin faaliyetlerilarındaki tek geçerli bilgi kaynakları o işletmenin muhasebe kayıt ve belgelerine dayanarak hazırlanan finansal raporlardır. "Finansal tablolar, bir işletmenin dönemsel kârını, kârı meydana getiren kalemleri, işletmenin ekonomik varlıklarını ve yükümlülüklerini ortaya koymakta ve buna bağlı olarak bu bilgiler, finansal muhasebe ve tablolarda en önemli konu olarak ele alınmaktadır." (Akdoğan ve Aydın, 1987: 305).

Ülkemizde uzun yillardır uygulanan "Tekdüzen Muhasebe Hesap Planı-(TdHP)"nın amacı, işletmelerin faaliyetlerinin incelenmesi ve karşılaştırılabilmesi için muhasebe kayıtlarının güvenilir, tutarlı ve gerçekçi yansıtma niteliklerini taşımalarını sağlayarak denetiminin kolaylaştırılmasıdır. TdHP, uluslararası alanda geçerli bazı kuralları barındırsa da esasen denetim amaçlı ulusal bir plandır. "Uluslararası Finansal Raporlama Standartları -(UFRS)" ise değişik ülkelerde yer alan şirketlerin birbirlerinin finansal raporlarını inceleme ve karşılaştırma yapmalarına olanak vererek daha çok ekonomik durumlarını değerlendiren bir raporlama sunma amacı taşımaktadır. Ancak her iki raporlama tekniğinin de göz ardı edemeyeceği ilkeler muhasebe standartları olarak belirlenmiş ve çok daha uzun aşamalardan geçerek günümüzde de etkinliklerini sürdürmektedirler. Muhasebenin temel kavramlarından olan "Tam açıklama Kavramı" finansal tabloların bilgi kullanıcılarınınca doğru karar vermelerine yardımcı olacak şekilde yeterli, açık ve anlaşılır olmasını anlatır. "Mali tablolarda finansal bilgilerin tam açıklanması yanında, mali tablo kalemleri kapsamında yer almayan, ancak alınacak kararları etkileyebilecek olan gerçekleşmesi muhtemel olaylara da yer verilmesi bu kavram gereğidir."(Sevilengül,

2005:27). Finansal raporların günümüzde öne çıkan en temel özelliği güvenilir, açık olması yanında uluslararası alanda karşılaştırılabilir olma özelliğine sahip olmalarıdır. Bu konu “Muhasebe Uygulamaları Genel Tebliği- (MUGT)” nin düzenlemenin niteliği bölümünde şöyle ifade edilmiştir; “İşletmelerin faaliyet ve sonuçları konusunda bilgi kaynağı ise o işletmenin muhasebe kayıt ve belgeleri ile bunlara dayanılarak hazırlanmış mali tablolardır. Muhasebe bilgilerinin sunulduğu mali tablolara dayanılarak karar alma durumunda bulunan ilgililerin karar almalarında en önemli etken, bu bilgilerin sağlıklı ve mukayese edilebilir nitelikte olmasıdır.” (1 sıra nolu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği,)

Hazırlanan Finansal tablolardaki bilgiler belirli bir döneme ait bilgileri içerir. Dolayısı ile bu bilgilerden geleceğe ait değerlendirmelerin yapılması da ayrı bir teknik bilgi ve uzmanlık gerektirmektedir. İşletme ile ilgili geleceğe yönelik alınacak kararlarda finansal tablolaların hazırlanması kadar yorumlanması da oldukça önemlidir. Hazırlanan finansal tablolaların karşılaştırılması ve değerlendirilmesi finansal tablo analizi teknikleri ile mümkündür. “Finansal tablolalar analizi, bir işletmenin finansal durumunu, faaliyet sonuçlarını, finansal performansını ve finansal yönden gelişimini değerlendirebilmek, gelişme yönünü ve büyülüğünü öngörebilmek, geleceğe yönelik tahminlerde bulunabilmek için finansal tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin ve bunların zaman içerisinde gösterdiği eğilimlerin incelenmesini gerektirir”(Çabuk vd. 2013:3). Finansal tablolaların analizinin yapılabilmesi için bunların hangi varsayımlar ve kurallar altında hazırlandığının bilinmesi gerekmektedir. Aksi takdirde işletmenin sunduğu bilgiler değişken olacak ve gerçeği yansıtma ve karşılaştırılabilirlik özelliği taşımayacaktır. Finansal tablo analizi sayesinde işletmenin yürüttüğü faaliyetlerinin sonucunu değerlendirmek mümkün olduğu kadar işletmenin ilerideki dönemlerde ne kadar kazanç veya zarar edeceğini tahmin etmek de mümkün olmaktadır. İşletme içi denetleme ve devletin ekonomik faaliyetleri denetlemesi açısından da finansal tablolaların güvenilir, açık ve tekdüze olması yani belli kurallara bağlı olarak hazırlanması gerekmektedir. Bu kurallar da ulusal ve uluslararası muhasebe standartları ile finansal raporlama standartlarıdır. “Standartlar günümüzde muhasebe kuramının önemli kaynaklarından ve muhasebe yöntemini belirleyen düzenlemeler konumundadır. Standartlar genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinden daha ayrıntılı düzenlemelerdir ve kavramlarla ilkelerin uygulamaya yansımاسını sağlarlar” (Sevilengül, 2005: 34).

Ülkemizde ulusal açıdan hazırlanan ve uygulanan en önemli standart “Tekdüzen Hesap Planı Uygulaması ”dır. Daha sonra ise, “Uluslararası Finansal Raporlama Standartları-(UFRS)”ın getirdiği yenilik ve değişiklikler de “Türkiye Muhasebe Standartları-(TMS)” ve “Türkiye Finansal Raporlama Standartları- (TFRS)”ın oluşmasına yön vermiştir. Bu alandaki gelişmeler ve değişiklikler incelemişinde, uluslararası düzenlemelerin ulusal muhasebe standartlarını belirlediği ve değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Bu değişiklik ve gelişmelerin etkilerini görebilmek için bu alanda yapılmış akademik çalışmalara bakıldığından, bu alanda akademik çalışmaların daha çok 2010-2016 yılları arası yapılmış olduğu görülmüştür. Bu çalışmaları inceleme aşamasında iki farklı dönem olduğu dikkate alınmalıdır:

1. UFRS resmi olarak uygulamaya geçilmeden önceki dönem.
2. UFRS uygulamalarının başladığı ve sonraki dönem.

2012 yılında çıkarılan Yeni Türk Ticaret Kanunu Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) aracılığı ile UFRS’nin uygulanmasını yaygınlaştırıcı etki sağladığı açıklıdır. Dolayısı ile 2012 yılından evvel yapılan akademik çalışmalar mevcut sistemde meydana gelebilecek değişiklik ve farkların neler olabileceğini ortaya koymaya çalışmış ve bir bakıma öngörülerde bulunmaya çalışmışlardır. İkinci dönemdeki çalışmalar ise UFRS uygulamaya geçildikten sonra ortaya çıkan değişiklikleri tespit ve inceleme amacıyla yapılmışlardır.

II. Literatür

Akademik çalışmaların hazırlanış amaçlarındaki farkı ifade ettikten sonra dikkat çeken bazı çalışmalar şu şekildedir; Kaya, İ., 2003, “FASB-IASB Anlaşması ve Global Finansal Muhasebe

Standartlarına Doğru” konulu çalışmasında dünya eğiliminin UFRS uygulamasının yaygınlaşması doğrultusunda olduğunu vurgulayarak ulusal muhasebe sistemimiz açısından UFRS’ye uyum doğrultusunda Türkiye Muhasebe Standartları oluşturulmuş olsa da bu farkın oldukça fazla olacağını vurgulamaktadır. Özpinar, İ., 2006, “ Uluslararası Finansal Raporlama Standartları UFRS 1 Örnek Uygulaması ve THP Arasındaki Ortaya Çıkabilecek Sorunlar” adlı çalışmasında ülkemizde UFRS uygulamalarının sınırlı sayıda şirketlerde başladığını ve uygulamada vergi kanunlarına yeni giren “Enflasyon Muhasebesi” ve “Finansal Kiralama” işlemlerinde UFRS’ye uyum sağlandığını belirtmektedir. Akdoğan, N. ve Sevilengül, O. tarafından 2007 yılında “Türkiye Muhasebe Standartlarına uyum için Tekdüzen Hesap Planında yapılması gereken değişiklikler” konulu

çalışmalarında “Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği” nin ölçme ve değerlendirme konularında uluslararası muhasebe standartlarına uyumlu düzenlemeler getiremediğini ve finansal tabloların uluslararası karşılaştırılabilirliğini kısıtladığını ifade etmişlerdir. Solmaz, E., 2008, “UFRS ve SPK Düzenlemeleri Arasındaki Farklılıklar Ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmasında “Tekdüzen Hesap Planı” in yeniden gözden geçirilmesi ve UFRS’de belirtildiği üzere hesap kodu kullanma zorunluluğu terk edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca hesap planındaki kodlar sadece uygulama birliği sağlama açısından referans olarak ele alınmasını ve denetçilik sisteminin geliştirilmesini önermektedir. Türker, İ., 2009, “Türkiye’de Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) Paralelinde Yapılan Düzenlemelerin Finansal Tablo Kullanıcıları Üzerindeki Muhtemel Etkileri” adlı çalışmasında finansal raporlama standartlarının gelişimi ve muhasebe standartlarının oluşumundaki kurumsal yapı ile Türkiye’deki gelişmeleri incelemiştir. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları paralelinde yayımlanan Türkiye Finansal Raporlama Standartları’nın muhtemel etkilerini saptamak amacıyla nitelikli araştırma yöntemi kullanılarak finansal tablo hazırlayıcıları ve kullanıcıları ile denetçiler, mali analistler ve akademisyenlerin görüşlerine başvurarak, finansal tablo kullanıcısı tüm işletme ilgililerinin beklenilerini ve davranışlarını etkileyeceği sonucuna ulaşmıştır. Akman, N., 2009, “Finansal Açıklama Üzerinde Kültürün Etkisi: UFRS Öncesi Ve Sonrası” adlı çalışmasında UFRS kullanılarak hazırlanan finansal tablolarda yer alan finansal açıklamalar üzerinde kültürel değerlerin etkilerinin 2005 tarihinden sonra ortadan kalkıp kalmadığı incelemiştir ve bu amaçla, yedi ülkeden seçilmiş şirketlerin 2004, 2005 ve 2006 finansal tablolarını inceleyerek finansal açıklama endeksi oluşturmuştur. Nuriyev, B., 2009, “Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulaması – UFRS 1 Kapsamında Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Genel Bakış” adlı çalışmasında Uluslararası muhasebe standartlarının üretilmesinin tek başına yeterli olmasının beklenemeyeceğini ve bu nedenle her ülkede ulusal muhasebe standartlarının oluşturulması ve bu standartların uluslararası standartlara uyumlu olması gerektiğini ifade etmektedir. Ünalı, N., 2010, “IFRS1 and an Application” adlı çalışmasında UFRS’lerin prensip bazlı standartlar olduğunu ve şirketlere, UFRS’lere adaptasyon sürecinde yol gösterici nitelikte olması amaçlandığını vurgulamış ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda işlem gören şirketler ve finans kuruluşlarının Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’nun (BDDK) düzenlemeleri doğrultusunda UFRS tabanlı finansal tablo hazırlamakta oldukları ifade ederek bir şirketin ilk UFRS finansal tablolarını

nasıl hazırlaması gerektigine odaklanmıştır. Margos, Ş., 2010, "Maddi Olmayan Duran Varlıkların UFRS ÇerçEVesinde Değerlemesi" adlı çalışmasında maddi olmayan duran varlıklar Tek Düzen Hesap Planı (TdHP), Vergi Usul Kanunu (VUK), Sermaye Piyasası Kanunu ve Uluslararası Muhasebe Standartlarına göre incelemiştir. Daha sonra değerlendirme kavramını ele almış ve Uluslararası Muhasebe Standartlarında bahsedildiği şekliyle maddi olmayan duran varlıkların değerlendirme kavramı ve pratikte sıklıkla kullanılan temel değerlendirme yöntemlerini açıklamıştır. Aktaş, H., 2010, "Borçlanma Maliyetlerinin ve Kur Farklarının SPK, UFRS, TMS ve VUK'a Göre Muhasebeleştirilmesi" adlı çalışmasında finansal araçların gelişmesi borçlanma şekillerini de farklılaştırdığını, muhasebeye yön veren uygulamalardaki değişiklikler muhasebe standartlarında da köklü değişikliklere neden olduğunu ve şirketlerin uluslararası mali piyasalara açılması ölçüsünde bu modern uygulamaları ülkemize taşımاسının kaçınılmaz olduğunu vurgulamıştır. **Şişmanoğlu, E., 2010, "Sigorta Şirketlerinde Finansal Raporlama ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına Geçişin Etkilerine Yönelik Bir Araştırma"** adlı çalışmasında TFRS' in öngördüğü raporlar ile Hazine Müsteşarlığının öngördüğü raporlar arasında önemli farklılıklar bulunduğu görüşünde sektörde iki ayrı düşünencenin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Farklılık bulunduğu belirten kesim yerli-yabancı ortağı olan şirketler iken, farklılık bulunmadığını belirten kesim % 100 yabancı şirketler olduğunu ifade etmiştir.

Elitaş, C. ve Elitaş, B.L. tarafından 2010 yılında hazırlanan "TMS/TFRS Yorumlar ve Örnek Uygulamalar" adlı kitaplarında ülkemizde muhasebe alanındaki gelişmelerin devlet yönlendirmesiyle gerçekleştirildiğini, ilk düzenlemelerin ekonomik ve siyasi ilişkilerimizin yoğun olduğu ülkeler örnek alınarak aktarılan yasalar ile bu ülke uygulamalarının etkisinde muhasebe standartlarının gerçekleştiğini ifade etmektedirler. Ayrıca Elitaş, C. tarafından 2012 yılında hazırlanan "Muhasebe Uygulamaları Açısından TMS-TFRS'ye Geçiş Rehberi" adlı kitapta Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT)'de yer alan hesapların TMS/TFRS'deki muadillerini karşılaştırarak TMS/TFRS'de çok daha fazla ana hesap tanımlandığını ifade etmiştir. Bayrak, S., 2011, "Tek Düzen Hesap Planı Ve UFRS'ye Göre Hazırlanan Finansal Tabloların Mali Analizindeki Farklılıklar" konulu çalışmasında Tek Düzen Muhasebe Sistemine göre hazırlanan bilanço ile UFRS'ye göre hazırlanan bilançoların mali analizini yaparak aradaki farklılıkları açıklamıştır. Atan, A., 2012, "UFRS ve V.U.K. Perspektifinden Değerleme Ölçütlerinin Karşılaştırılması ve Bir Uygulama" adlı çalışmasında Türk Vergi Usul Kanunundaki değerlendirme ölçülerinin, Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarındaki değerlendirme ölçülerini

ile karşılaştırmaktadır. Yeşilçimen, V., 2013, "The effects of IFRS11 on Business and Financial Statements" adlı çalışmasında Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu tarafından 2011 yılında yayınlanan UFRS11- Müşterek antlaşmalar Standardını inceleyerek UMS31- İş ortaklıklarındaki payları Standardının yerini aldığıni ifade etmektedir. Daloğlu, P., 2013, "UFRS Kapsamında Özellikle Stokların Finansal Raporlaması; Hizmet İşletmeleri Uygulaması" adlı çalışmasında UFRS ile birlikte ortaya çıkan yeni tanımlar ve kavramlar, beraberinde yeni muhasebe uygulamalarını da ortaya çıkarmakta olduğunu vurgulamış ve özellikle Stok kavramı da bu yeniliklerden biri olduğunu, UFRS hükümleri çerçevesinde, üretim, ticaret ve hizmet işletmeleri açısından bir örnek uygulama ile incelenmiş, mevcut sistem ile farklılığı durumları açıklamıştır. Özden, V.E.A. 2013, "**Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının Kâr Yönetimi Etkisi: Bağımsız Denetçilerin Algıları Üzerine Bir Araştırma**" adlı çalışmasında kâr yönetimi uygulamasının yasal boşlukların değerlendirilmesi suretiyle işletme yöneticilerince kötüye kullanılabileceğini, UFRS'nin kâr yönetimi uygulamalarına fırsat verebileceği konusundaki görüşün desteklendiği ancak denetimin buna engel olabileceğini vurgulamaktadır. Sultanoğlu, B., 2014, "UFRS'nin Borsa İstanbul'daki Şirketlerin Finansal Tabloları Üzerindeki Etkisi: Finansal Bilginin İhtiyaca Uygunluğu Ve Finansal Tablolar Analizi" konulu çalışmasında, UFRS'nin Türkiye'de 2005 yılından itibaren Borsa İstanbul'da işlem gören işletmelerin hazırladıkları finansal tablolarda sunulan finansal bilginin ihtiyaca uygunluğu ve finansal tablo analizi üzerindeki etkisi empirik olarak incelenmiştir. İncelemesini, UFRS Öncesi (2000-2004) ve UFRS Sonrası (2005-2010) dönemler arası imalat sanayi sektöründe devamlı olarak işlem gören 26 işletme için gerçekleştirmiştir. Özerhan, Y. ve Yanık, S. tarafından 2015 yılında üçüncü baskısı yapılan "Açıklamalı ve Örnek Uygulamalı TMS-TFRS" adlı kitaplarında, finansal raporlama konusunda yeknesak bir uygulamanın dünya genelinde tüm kurum ve kuralları ile hayatı geçirilmesi için yürütülen çalışmalar sürecinin devam ettirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Standartların uygulanması aşamasında karşılaşılan en önemli sorun, işlem ve olayların kayda alınması, ölçümlemesi ve raporlanması konusunda ortaya çıktıığını belirtmektedirler. Hüseynov, İ., 2015, "**Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına (UFRS) göre Maddi Duran Varlıkların Değerlemesi**" konulu çalışmasında bir şirketin muhasebe verileri kullanılarak değer düşüklüğüne uğrayan maddi duran varlıklar belirlenmiştir. Bu maddi duran varlıkların UFRS'e göre değer düşüklüğü uygulaması ve gerekli muhasebe kayıtları incelenmiştir. Can, A., 2016, "Muhasebe Meslek Mensuplarının UFRS / TFRS'ye

Bakış Açıları ve Meslekteki Farkındalık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma” konulu çalışmasında muhasebe uygulamalarına bakıldığından, dünyada iki tür muhasebe standart setinin uygulandığını, Uluslararası Finansal Raporlama (UFRS) Standart seti ve ABD Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri (US GAAP) Standart Seti olduğunu ve gelişmiş ülkelerde uygulandıklarını ifade etmiştir. Sarıışık, Y.,2016, “Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının (UFRS) Borsa İstanbul Firmalarının Mali Verilerine Ve Finansal Oranlarına Etkisi” konulu çalışmasında UFRS’nin Türkiye’de 2004 yıl itibarıyle başlamasıyla borsada hisseleri işlem gören şirketlerin UFRS’ye uygun mali veriler hazırlamaya başlandığını ve adaptasyon süreci sonrasındaki mali veriler ve finansal oranlar ile UFRS öncesi mali veriler ve finansal oranlar karşılaştırması yapmıştır. UFRS’ye geçişin Borsa İstanbul firmalarının Mali Verilerini büyük oranda etkilediği ve Finansal Oranları ise kısmen olumlu etkilediğini ifade etmektedirler.

III. Ulusal Finansal Raporlama Standartları

Ulusal finansal raporlama standartlarının oluşum sürecinin Tekdüzen muhasebe sisteminden başlayarak, muhasebe sistemi uygulama genel tebliğleri ile devam ettiği söylenebilir. Bu aşamalardan sonra yeni TCK ve TMS/TFRS’le sürecin tamamlanarak günümüzdeki halini aldığı görülmektedir. Başlıklar halinde oluşum sürecinin öne çıkan çalışmalarına baktığımızda aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz;

1. Tekdüzen Hesap Planı (TdHP): 1971
2. Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğleri: 1992- 2008
3. Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) Çalışmaları: 1999 - 2011
4. Kavramsal Çerçeve ve TMS/TFRS yayınlanması: 2005 - 2011
5. Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) çalışmaları: 2005
6. Yeni Türk Ticaret Kanunu: 2012

IV.1. Tek Düzen Hesap Planı (TdHP)

“Türkiye’de muhasebe uygulamalarını genelde Türk Ticaret Kanunu ile Vergi Usul Kanunu’ndaki hükümlerin yönlendirdiğini ancak bu konudaki hükümlerin ihtiyaca cevap vermediği durumlarda yasal statüye sahip olan bazı kuruluşların kendi yetki alanlarına giren işletmeler için yönlendirici çalışmalar yaptığı gözlemlenmektedir” (Elitaş C. ve Elitaş B.L., 2010:5). Ülkemizde muhasebe standartlarının oluşturulmasına yönelik ilk çalışmalara “Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği

”nin (TMUD) 1972 yılında “11. Uluslararası Muhasebe Kongresi” ne katılması ve “Uluslararası Muhasebe Standartları Komisyonuna (International Accounting Standards Committee-IASC)” üye olmasından sonra Uluslararası Muhasebe Standartlarını Türkçe ’ye çevirmesi ile başlandığı söylenebilir.

Ancak “İktisadi Devlet Teşekkülerini Yeniden Düzenleme Komisyonu” tarafından 1960’lı yıllarda hazırlanan ve 1970’den sonra uygulamaya konan ve sadece KİT’ler için zorunlu tutulan “Tekdüzen Muhasebe Sistemi” nin diğer işletmelerce de benimsendiği ve Türkiye’deki muhasebe sisteminin gelişmesinde önemli rol oynadığı açıklıktır. “Tekdüzen Hesap Planı” (sadece bankacılık yapanlar hariç) iktisadi devlet teşekkürlerinde 1971 yılı başından itibaren yürürlüğe konulmuştur. Daha sonra sermayesinin %50inden fazlası KİT’lere ait olan ve “bağlı ortaklı” olarak nitelenen anonim şirketlerde de bu hesap planının uygulanması zorunlu kılınmıştır. Sermaye Piyasası Kurulu da bazı değişikliklerle söz konusu hesap planını “Standart Genel Hesap Planı” adı altında halka açık anonim şirketlere önermiştir” (Sevilengül, 2005: 62).

“Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği (TMUD)”, “Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği(TÜRMOB)” ve “Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu (TMUDESC)” gibi muhasebe derneklerinin yaptırmayı olmayan çalışmaları yanında, devlet kuruluşları tarafından yaptırmayı olan adımlar atılmıştır. Bunlar, Hazine Müsteşarlığı ile birlikte Sigorta Denetleme Kurulu ve Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği ortak çalışmaları, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından yapılan çalışmalardır. Bu alanda faaliyet yürüten firmalar bağlı oldukları kurumun zorunlu tuttuğu standartlara uymuşlardır. “Bankaların muhasebe işlemleri özellik gösterdiginden bu işletmeler için ayrı bir tekdüzen hesap planı çalışmasına girişilmiş, hazırlanan “Tekdüzen Hesap Planı” 1986 yılı başından itibaren tüm bankalarda zorunlu olarak kullanılmak üzere yürürlüğe konulmuştur” (Sevilengül, 2005: 62). Maliye ve Gümruk Bakanlığı tarafından VUK uyarınca 1990 tarihinde oluşturulan “ Tekdüzen Genel Hesap Planı ve Açıklamaları Komisyonu” tarafından mali kesim dışında kalan tüm işletmelerde kullanılmak üzere hazırlanan hesap planı yürürlüğe konulmuştur. Maliye Bakanlığının 26.12.1992 tarih ve 21447 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “1 sıra nolu Muhasebe Uygulama Genel Tebliği” ile zorunlu hale getirilen Tekdüzen Muhasebe Uygulamasına 01 Ocak 1994 tarihinde geçilmiştir. Dola-

yısıyla ulusal açıdan önemli bir kilometre taşı niteliği taşıyan ilk çalışma olarak nitelenebilmektedir.

IV.2. Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğleri

İlk düzenleme olması açısından “1 Sıra nolu Muhasebe Uygulama Genel Tebliği” içeriğine detaylı bir şekilde bakmakta fayda vardır. Tebliğ, muhasebe usul ve esasları hakkında beş ana başlık altında düzenlemeler getirmiştir. Bu ana başlıklar;

- 1) Muhasebenin Temel Kavramları,
- 2) Muhasebe Politikalarının Açıklanması,
- 3) Mali Tablolar İlkeleri,
- 4) Mali Tabloların Düzenlenmesi ve Sunulması
- 5) Tekdüzen Hesap Çerçeve Hesap Planı ve İşleyisi, şeklärindedir.

Düzenlemenin Niteliği ve Kapsamı bölümlerinde ifade edildiği gibi; “bilanço esasına göre defter tutan teşebbüs ve işletmeler Tekdüzen Hesap Planına uymak zorundadır”. Kamu veya özel tüm ticari esaslara göre faaliyet yürüten teşebbüs ve işletmelerin TdHP’ye uymaları belirtilmektedir. Ancak bazı istisnaları da vardır;

- a) Banka ve sigorta şirketleri,
- b) Özel finans kurumları,
- c) Finansal kiralama şirketleri,
- d) Menkul kıymet yatırım fonları aracı kurumları ve yatırım ortaklılarının,

Tebliğin; Muhasebenin Temel Kavramları, Muhasebe Politikalarının Açıklanması, Mali Tablolar İlkelerine uymaları gerektiğini ifade ederek tebliğin diğer hükümlerine uymakla yükümlü olmadıklarını belirtmiştir. Ayrıca tebliğde; “İşletme hesabı esasına göre defter tutan işletmeler ise sadece belirlenen “Muhasebenin Temel Kavramları” na uymakla yükümlüdürler. Muhasebe Usul ve Esaslarının “Mali Tabloların Düzenlenmesi ve Sunulması” na ilişkin bölümünün “Temel Mali Tablolar” la ilgili kısmına uymakla yükümlü işletmeler ise bilanço esasında defter tutan ve aktif toplamı 5 milyar lira ile ticari faaliyet işlem hacmi 10 milyar lirayı arka arkaya iki yıl aşmayan; Ferdi işletmeler, Adı ortaklıklar, Kollektif şirketler, Adı komandit şirketlerdir. Bu işletmelerin temel mali tabloların yanı sıra diğer mali tabloların düzenlenmesi ve sunulmasına ilişkin usul ve esaslara uymaları ihtiyaridir.” denilmektedir.

Tebliği oluşturan diğer önemli değişikliklere baktığımızda, yaptırımların konusunda; düzenleme kapsamında bulunan işletmelerden belirlenen muhasebe usul ve esaslarına uymayanlar hakkında, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu ve 3568 sayılı Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanununun ilgili hükümleri uyarınca gerekli cezai işlemler uygulanacağı belirtilmektedir. Tebliğin ilk bölümünde ele alınan Muhasebenin Temel Kavramları 12 madde halinde açıklanmıştır. Bu maddeler şunlardır;

1. Sosyal Sorumluluk Kavramı,
2. Kişilik Kavramı,
3. İşletmenin Süreklliği Kavramı,
4. Dönemsellik Kavramı,
5. Parayla Ölçülme Kavramı,
6. Maliyet Esası Kavramı,
7. Tarafsızlık ve Belgelendirme Kavramı,
8. Tutarlılık Kavramı,
9. Tam Açıklama Kavramı,
10. İhtiyatlılık Kavramı,
11. Önemlilik Kavramı,
12. Özün Önceliği Kavramı.

İkinci Bölümde ele alınan Muhasebe Politikalarının Açıklanması ise 7 madde halinde açıklanmıştır. İşletmelerin hazırladığı mali tablolarda yukarıdaki kavramlardan ayrılmaların olması halinde nedenleri ile birlikte dipnotlar şeklinde açıklanması gerektiği vurgulanmaktadır. Üçüncü bölümde ele alınan Mali Tablo İlkeleri ise mali tabloları iki kısma ayırmaktadır. Birincisi Temel Mali Tablolar, ikincisi ise Ek Mali Tablolar olarak sınıflandırılmışlardır.

Temel Mali Tablolar:

1. Bilanço,
2. Gelir Tablosundan oluşmaktadır.

Ek Mali Tablolar ise:

1. Satışların maliyeti Tablosu,
2. Fon akım Tablosu,
3. Nakit Akım Tablosu,

4. Kar dağıtım Tablosu,
5. Özkaynaklar Değişim Tablosu olarak belirtilmektedir.

Mali Tablo ilkesi, işletmelerin sadece temel mali tabloların düzenlenme ilke-lerini yerine getirmekle mükellef olduklarını belirtmektedir. Buna Göre;

- 1- Bilanço İlkeleri üç alt başlık halinde düzenlenmiştir. Bunlar;
 - a) Varlıklara ilişkin İlkeler,
 - b) Yabancı Kaynaklara ilişkin İlkeler,
 - c) Özkaynaklara ilişkin İlkeler olarak sınıflandırılmışlardır.

2- Gelir Tablosu ilkeleri ise 9 alt madde halinde açıklanmıştır. “Bütün satışlar, gelir ve kârlar ile maliyet, gider ve zararlar brüt tutarları üzerinden gösterilirler ve hiç bir satış, gelir ve kâr kalemi bir maliyet, gider ve zarar kalemi ile tamamen veya kısmen karşılaşılmak suretiyle gelir tablosu kapsamından çıkarılamaz” denilmektedir.

Mali tabloların Düzenlenmesi ve Sunulması başlıklı madde ise temel mali tablolari oluşturan Bilanço ve Gelir Tablosunun tanımlarını ve düzenlenme biçimlerini açıklamaktadır. Tebliğde bilanço şu şekilde tanımlanmaktadır; “Bilanço, bir işletmenin belli bir tarihte sahip olduğu varlıklar ile bu varlıkların sağlandığı kaynakları gösteren mali tablodur.” Gelir tablosu tanımı ise; “Gelir tablosu, işletmenin belli bir dönemde elde ettiği tüm gelirler ile aynı dönemde katıldığı bütün maliyet ve giderleri ve bunların sonucunda işletmenin elde ettiği dönem net kârını veya dönem net zararını kapsar.” Satışların Maliyeti Tablosu, Gelir Tablosunun ekini oluşturur ve gelir tablosunu tamamlayıcı nitelikte olduğu için bu tablonun yapısına da kısaca değinmek gerekmektedir. Satışların Maliyeti Tablosu beş ana maddeden oluşmaktadır. Bunlar; a) Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri, b) Direkt İşçilik Giderleri, c) Genel Üretim Giderleri, d) Yarı Mamul Stoklarında Değişim, e) Mamul Stoklarında Değişim olarak sınıflandırılmıştır. Ek Mali tablolar olarak nitelenen diğer mali tablolar ise şu şekildedir; fon akım tabloları, kâr dağıtım tablosu ile özkaynaklar değişim tablosunun düzenlenmesi ve sunulması esaslarını içerir. Fon akım tablolari fon kavramının içeriğine göre 3 sınıflandır-mada incelenebilmektedir. Bunlar tebliğde aşağıdaki şekilde açıklanmıştır;

1. Fon Akım Tablosu: İşletmenin, belirli bir hesap döneminde sağladığı fon kaynaklarını ve bunların kullanım yerlerini gösteren tablodur. Bu tabloda, fon kavramı tüm finansal araçları kapsar. Fon akım tablosu, net yöntemde göre düzenlenir ve olağan kârdan başlanıp, dönem içinde fon hareketine neden olmayan gelir ve giderlere ait bilgiler verilerek düzeltmeler yapılır.

2. Nakit Akım Tablosu: İşletmenin belirli bir hesap dönemi içinde ortaya çıkan nakit akışlarını, kaynakları ve kullanım yerleri bakımından gösteren tablodur. Bu tabloda fon kavramı, kasa mevcudu ve bankadaki mevduatları kapsar. Nakit akım tablosu ise, brüt yönteme göre düzenlenir ve dönem içinde fon sağlayan gelirler ayrı, fon hareketine neden olan maliyet ve gider unsurları ayrı gösterilir.
3. Net İşletme (Çalışma) Sermayesindeki Değişim Tablosu: İşletmenin belirli bir hesap döneminde, net işletme sermayesinin kaynaklarını ve kullanım yerlerini gösteren tablodur. Bu tabloda, fon kavramı dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklar farkını belirten net işletme (çalışma) sermayesini kapsar.

Fon Akım Tablosunda fon kaynakları ise 8 madde halinde açıklanmıştır.

Bunlar;

1. Faaliyetlerden Sağlanan Kaynaklar: (net kaynak tutarı gösterilir).
2. Olağandışı Faaliyetlerden Sağlanan Kaynaklar
3. Dönen Varlıklar Tutarındaki Azalışlar: Dönen varlıkların brüt tutarlarında ortaya çıkan azalışları ifade eder.
4. Duran Varlıklar Tutarındaki Azalışlar (Duran varlık satışından sağlanan kaynaklar satış tutarı üzerinden tabloda gösterilir)
5. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklardaki Artışlar
6. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklardaki artışlar
7. Sermaye Artırımı: İşletmenin sermayesinde dış kaynaklardan sağlanan artı tutarlarını ifade eder.
8. Hisse Senetleri İhraç Primleri: Cari dönemde ilgili ihraç primi tutarları da bir fon kaynağıdır.

Fon Kullanımları ile ilgili maddeler ise şöyledir;

1. Faaliyetlerle İlgili Fon Kullanımı: İşletmenin dönem faaliyetini zararla kapatması halinde bu zarar tutarı bir kaynak kullanımıdır.
2. Olağandışı Faaliyetlerle İlgili Kullanımlar:
3. Ödenen Vergi ve Benzerleri: Bir önceki dönem kârından ödenen kurumlar ve gelir vergileri ile diğer kesinti kalemlerini gösterir.
4. Ödenen Temettüler: Bir önceki dönem kârından pay sahiplerine ve diğer kişilere ödenen temettüleri ve yedeklerden dağıtılan temettüleri ifade eder.
5. Dönen Varlıkların Tutarındaki Artışlar:

6. Duran Varlıkların Tutarındaki Artışlar:
7. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklardaki Azalışlar
8. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklardaki Azalışlar
9. Sermayedeki Azalış: İlgili mevzuat uyarınca sermayede yapılan indirim tutarlarını ifade eder.

Nakit Akım Tablosu kalemleri ise 5 madde halinde şu şekilde sıralanmaktadır;

A) Dönem Başı Nakit Mevcudu

B) Dönem içi Nakit Girişleri:

1. Satışlardan Elde Edilen Nakit
2. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Kârlardan Dolayı Sağlanan Nakit
3. Olağandışı Gelir ve Kârlardan Sağlanan Nakit
4. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklardaki Artışlardan Sağlanan Nakit
5. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklardaki Artışlardan Sağlanan Nakit
6. Sermaye Artırımından Sağlanan Nakit
7. Hisse Senedi İhraç Primlerinden Sağlanan Nakit
8. Diğer Nakit Girişleri

Dönem içi Nakit Çıkışları:

1. Maliyetlerden Kaynaklanan Nakit Çıkışları
2. Faaliyet Giderlerine İlişkin Nakit Çıkışları
3. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlara İlişkin Nakit Çıkışları
4. Finansman Giderlerinden Dolayı Nakit Çıkışı
5. Olağandışı Gider ve Zararlardan Dolayı Nakit Çıkışı
6. Duran Varlık Yatırımlarına İlişkin Nakit Çıkışları
7. Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Ödemeleri
8. Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Ödemeleri
9. Ödenen Vergi ve Benzerleri
10. Ödenen Temettüler
11. Diğer Nakit Çıkışları

D – Dönem Sonu Nakit Mevcudu

E – Nakit Artış veya Azalışı

Kar dağıtım tablosu, işletmenin dönem kârının dağıtım biçimini gösteren tablodur. Kâr dağıtım tablolarının düzenlenme amacı, özellikle sermaye şirketlerinde dönem kârından, ödenecek vergilerin, ayrılan yedeklerin ve ortaklara dağıtılacek kâr paylarının açıkça gösterilmesi ve şirketlerin hisse başına kâr ile hisse başına temettü tutarının hesaplanmasıdır. Kar dağıtım tablosu kalemleri şu şekilde sıralanmıştır;

A- Dönem Kârının Dağıtımları: Dönem Kârı, Gelir tablosunda vergi ve yasal yükümlülüklerden önceki kardır.

B- Yedeklerden Dağıtım: Bu bölümde geçmiş yıllarda ayrılmış yedek ve dağıtılmamış kârlardan yapılan dağıtım yer alır.

C - Hisse Başına Kâr: Dağıtım konusu kârdan hisse başına düşen pay burada yer alır.

D- Hisse Başına Temettü: Dağıtılan kârdan pay alanlara düşen kısım burada yer alır.

Özkaynaklar değişim tablosunun düzenleni̇ş amacı özellikle sermaye şirketlerinde dönem içinde özkaynak kalemlerinde meydana gelen değişimlerin topluca gösterilmesini sağlamaktır. Özkaynaklar Değişim Tablosu cari dönem ve önceki dönem verilerini içerecek biçimde sunulur. Özkaynak kalemlerini artıran işlemler artı, azaltan işlemler ise parantez içinde gösterilerek eksi olarak dikkate alınır. 1 Nolu Muhasebe Uygulama Genel Tebliğinde yer alan ve işletmelerin zorunlu ve ihtiyari olarak düzenleyecekleri finansal raporlardan ayrıca tebliğde toplam 9 adet Ek-Tablo Örneği sunularak biçimsel yapıyı açıklığa kavuşturmaktadır. Daha sonra ise "Tekdüzen Hesap Çerçevesi" ile ilgili açıklamaları yapmaktadır. İşletmelerin düzenleyecekleri Tekdüzen hesap çerçevesindeki hesap sınıflarını bilanço ve gelir tablosundaki gruplama ve sıralama paralelinde düzenlemeleri gerektiğini belirtmektedir. 1 sıra nolu tebliğden sonra, 1992- 2008 yılları arası değişik tarihlerde yayınlanan Resmi Gazetelerde 2-15 sıra nolu tebliğler ile bazı değişiklik ve düzeltmeler yapılmıştır

IV.3 Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) Çalışmaları

Ülkeler uluslararası standartları kendi ulusal muhasebe standartlarına uygun hale getirmek için özellikle 1970'li yıllarda itibaren belirleyici çalışmalar yapmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinin 2005 yılında New York borsasından yararlanma isteklerinin baskısı ile bu standartları uygulamaya başlamaları Türkiye'yi de standartların uygulanması doğrultusunda etkilemiştir (Erol, M. ve Aslan, M. 2017, sayı

12:55). Ülkemiz açısından UFRS'ye tam uyum çalışmalarının başlangıcını, Ulusal Muhasebe Standartlarının belirlenmesi sürecinden sonra (1970- 1994), devlet ve özerk kuruluş ve kurumların faaliyetleri kadar muhasebe ve denetim derneklerinin faaliyetleri oluşturmuştur. "Bu ortamda sözü edilen çok başlılığın çözülebilmesi ve ülke genelinde her işletmenin uyguladığı tek bir muhasebe standartları setine ulaşabilmesi açısından son olarak Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu'nun (TMSK) kurulması önemli bir adım olarak ortaya çıkmış bulunmaktadır" (Elitaş, C. ve Elitaş B.L.,2010: 11). TMSK' in oluşması ulusal açıdan diğer bir kilometre taşı olarak kabul edilebilir. TMSK, 2499 sayılı SPK'ya eklenen 1999 yılı, 4487 sayılı kanunla ulusal muhasebe standartlarını oluşturmak amacıyla kurulmuştur. "Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu; Uluslararası Finansal Raporlama standartlarını set olarak aynen uygulama konusunda ilke kararını almıştır. IASB ile 2005 yılında yapılan telif hakkı sözleşmesi kapsamında uluslararası muhasebe standartlarının Türkçe çevirilerini Türk Muhasebe Standartları olarak resmi gazetede yayımlamıştır" (Elitaş, C., 2011: 16). TMSK kuruluşundan itibaren hem ulusal hem de uluslararası muhasebe standartlarının belirlenmesinde yetkili kurum olarak çalışmalarını yürütmüştür.

IV.4 Kavramsal Çerçeve ve TMS/TFRS Yayımlanması

TMSK yayınlamış olduğu standartları, IFRS'lerde meydana gelen değişikliklere paralel olarak, faaliyetinin sona erdiği 2011 yılı sonlarına kadar güncellemeye devam etmiştir. TMSK ilk olarak Kavramsal Çerçeveyi yayımlamıştır. "Kavramsal Çerçevenin yayılmasına amacı bir çok ülkede farklı şekilde tanımlanan varlık, yükümlülük, özkarınak, gelir ve gider kavramlarının benzer şekilde tanımlanmasını sağlamak ve böylece muhasebeleştirme ve ölçme esaslarında da farklı kriterleri ortadan kaldırmaktır"(Özerhan, Y. ve Yanık, S.,2015:3). TMSK tarafından;

- a) Uluslararası Finansal Raporlama Standartları- (IAS ve IFRS)
- b) IFRIC ve SIC Yorumları

Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) , Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) ve TMS ve TFRS Yorumları ad ve kısaltmaları ile yayımlanmakta ve sürekli olarak güncellenmektedir. Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulunca yayımlanan;

- c) IFRS for SMEs

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı , "KOBİ TFRS" adı altında yayımlanmış bulunmaktadır. Ayrıca; IASC tarafından oluşturululan

d) Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve (1989 yılında yayımlanan); (Kısaca Kavramsal Çerçeve): TMSK tarafından 2005 yılında yayımlamıştır.

Kavramsal çerçevede 2010 yılında IASB tarafından SFAS (Statement of Financial Accounting Standards- Finansal Muhasebe Standartları Sözleşmesi) ile yakınsamayı sağlamak amacıyla FASB ile yaptığı ortak çalışma sonucunda değişiklikler yapılmıştır. Bu nedenle TMSK değişiklikleri aynen benimsemış ve 2011 yılında yayımlanan tebliğ ile yenilenmiş olup;

e) Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve-1 adını almıştır.

Daha sonra ise;

f) TMS1 / TFRS1 ve diğer tebliğler ile UFRS tam uyum ve uygulama çalışmaları sağlanmıştır.

Bu çalışmalar 31.12.2005 tarihinden geçerli olmak üzere Resmi gazetede yayınlanmışlardır. Kavramsal Çerçeve ve diğer standartların yayın tarihleri ile tablo halinde göstermek için Tablo 1. aşağıda hazırlanmıştır.

| Tebliğ ve Kanunlar | Yayın Tarihi |
|---|--|
| Finansal Raporlamanın Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve- (1989 yılında yayımlanan) | 16/01/2005 tarih ve 25702 sayılı Resmi Gazete. |
| TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu Standardı- (2006- 2015 yılları arası değişik tarihlerde toplam 17 adet tebliğlerle güncellenmiştir) | 16/01/2005 tarih ve 25702 sayılı Resmi Gazete. |
| TFRS 1 Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulaması Standardı- (2007-2015 yılları arası değişik tarihlerde toplam 32 adet tebliğlerle güncellenmiştir) | 31/03/2006 tarih ve 26125 sayılı Resmi Gazete. |
| Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve-1 | 27/01/2011 tarih ve 27828 sayılı Resmi Gazete, 209 sıra nolu Tebliğ. |

Kaynak: Resmi Gazetede yayınlanan Tebliğlerden derlenmiştir.

Tablo 1. Türkiye'de UFRS'ye Uyum İçin Çıkarılan Tebliğler

IV.4 Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) Çalışmaları

Türkiye'de uluslararası piyasalarla uyumlu bir şekilde hareket edebilmek için Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nun yaptığı faaliyetler de diğer önemli kilometre taşıını oluşturmaktadır. "1981 yılında 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ile kurulan SPK tarafından çıkarılan tebliğler ile kamuyu aydınlatma ilkesini ilk defa hukukuma sokmuştur" (Mevzuat Dergisi, 2005, Sayı 89). Sermaye piyasasında muhasebe standartları 2003 yılında Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) ile uyumlu hale getirilmiştir. 2005 yılından itibaren ise İstanbul Menkul Kiyemetler Borsası'nda (IMKB) işlem gören işletmelere UFRS ile uyumlu bir şekilde finansal tablolarını hazırlama yükümlülüğü getirilmiştir. Bilindiği gibi 2013 Nisan ayından itibaren "İstanbul Menkul Kiyemetler Borsası" ve "İstanbul Altın Borsası" in tüzel kişilikleri son bularak, bu kurumlar "Borsa İstanbul (BIST)" çatısı altında birleştirilmiştir.

IV.5 Yeni Türk Ticaret Kanunu

2012 yılı itibarıyle 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK) ile tüm sermaye işletmelerine Türkiye Finansal Raporlama Standartlarıyla (TFRS) uyumlu finansal tablo hazırlama yükümlülüğü getirilmiştir. 2012 yılında yürürlüğe giren Yeni Türk Ticaret Kanunu ülkemizin uluslararası finansal raporlamaya uyum çalışmalarını tamamlayan bir diğer önemli kilometre taşıdır. Yeni TTK Genel Gerekçesinde, 1957 yılından itibaren kullanılan Türk Ticaret Kanunu üzerinde etkili olan küresel kalıcı gelişmeler değişikliğe sebep olduğu belirtilerek, bu sebepler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır;

- a) Kanunu Doğrudan Etkileyen Gelişmeler,
- b) AB Tam Üyeliğine Aday Olma, Müzakerelere Başlanması Kararı ve "Müzakere Eden Ülke" Konumu,
- c) Teknolojik Gelişmeler ve Internet,
- d) Uluslararası Piyasaların Bir Parçası Olmak,
- e) Ticaret Kanununu Etkileyen Yeni Kanunlar

Dünya üzerindeki iki taraflı ticaretin çok taraflı uluslararası ticarete dönüşmesi, uluslararası ticaret ve finansman alanında uluslararası niteliğe sahip örgüt ve kuruluşların etkinliklerinin artması da bu değişikliklerdeki önemli etkenlerdir.

"Türkiye, uluslararası piyasaların bir parçası, Türk işletmeleri de bu piyasaların rekabet gücünü haiz, etkin ve güvenilir aktörleri olmak zorunda olduğu gereklidir"

ifade edilmektedir. Bunun için başta gelen şartın, işletmelerimizin Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına (IFRS) göre düzenlenmiş ve Uluslararası Denetim Standartları (IAAS) uyarınca denetlenmiş finansal tabloları ile iddialarını ortaya koyabilmeleri olduğu da ifade edilen sebepler arasındadır” (TTK, Genel Gerekçe, 2011).

IV. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları

“Muhasebe standartları muhasebe uygulamalarına yön veren ve finansal tabloların hazırlanmasına düzen getiren normlar olarak tanımlanabilir” (Elitaş, C. ve Elitaş, B.L., 2010:1). Uygulamalardaki farklılıkların ortadan kaldırılması, karşılaştırılabilir, açık, tarafsız, değerlendirme yapılabilir, bilgi veren ve uluslararası uluslararası sunulabilen ortak bir finansal bilgi üretimi ihtiyacını karşılayabilmek için standartlara ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu standartların belirlenmesinde farklı yaklaşımlar yaşanabilmektedir. Bu yaklaşım kısaca özetlenecek olursa üç farklı yaklaşım olduğu görülmektedir. Bunlar;

1. Muhasebe standartlarının yasama yoluyla belirlenmesi
2. Özel Kesim düzenleyici kuruluşlarca belirlenmesi
3. Kamu kesiminin yetki devrettiği Özerk bir kuruluşça belirlenmesi (Elitaş, C., 2011:8).

Ülkemiz açısından muhasebe standartlarının gelişmesinde yasama yolunun etkin olduğu, özellikle vergi amaçlı düzenlemeler açısından devlet tarafından standartların belirlenmeye başlandığı ifade edilebilir. Maliye Bakanlığı ve SPK Tebliğleri bunlara örnektir. Ancak daha sonraları uluslararası standartların genel kabulü ile özerk kuruluşlarca da standartların değerlendirilerek devlet desteği ile belirlemelerin yapıldığı görülmektedir. Türkiye'de; Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu (TMUDESK) ve Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) v.b. çalışmaları bunlara örnektir. “Standartların özel kesimce belirlendiği ülkeler muhasebeyi bir bilgi sistemi olarak gören, bilgi amaçlı muhasebenin tutulduğu ve sermaye piyasalarının gelişmiş olduğu, yazılı hukukun gelişmediği Anglo-sakson ülkelerdir” (Elitaş, C., 2011:9). Amerika'da; Muhasebe Standartları Kurulu (Accounting Principles Board) ve özerk kuruluşlardan Finansal Muhasebe Standartları Kurulu (Financial Accounting Standards Board- FASB), Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board- IASB) bunlara örnektir.

“Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK) Ekim 1972’de Sidney’de toplanan X. Dünya Muhasebe Kongresi’nde, İngiltere, Galler ve Amerika Birleşik Devletleri’nin oluşturduğu ‘Muhasebecilerin Uluslararası Çalışma Grubu’nun (AISG) girişimiyle uluslararası muhasebe standartlarını düzenlemek amacıyla bir uluslararası komite kurulması önerisi ortaya atılmış, bu öneri kısa zamanda, dokuz ay sonra, 29 Haziran 1973’de gerçekleşmiş; dokuz kurucu üyeden oluşan Uluslararası

Muhasebe Standartları Komitesi (International Accounting Standards Committee) kurulmuştur.” (Bostancı, 2010:5’dan aktaran Bayrak, S., 2011, Y.L.T.). Bu aşamadan sonra muhasebe standartlarının uluslararası düzeyde belirlenmesi için IASB (IASC’nin devamıdır) ve FASB çalışmaları oldukça etkili olmuştur.

“Amerikan Finansal Muhasebe Standartları Kurulu (Financial Accounting Standards Board – FASB) ve Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board – IASB) 18 Eylül 2002 tarihinde, Amerikan standartları ile uluslararası standartları yakınlaşma taahhütlerini kesin ve açık olarak belirtmek amacıyla yönelik önemli bir adım olan bir anlaşmaya imza attılar. Her iki kurulun mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek muhasebe ile ilgili meselelere yüksek kaliteli ve birbirleriyle uyumlu çözümler üretme taahhüdünü temsil eden bu anlaşma global muhasebe uygulamaları açısından tarihi bir dönüm noktasını oluşturmaktadır.” (Kaya, İ., 2003: 222). Bu anlaşma Norwalk Anlaşması olarak bilinmektedir. “Muhasebe uygulamalarına bakıldığından, dünyada ve diğer ülkelerde iki tür muhasebe standart seti uyguladıkları görülmektedir: Birincisi; Uluslararası Finansal Raporlama (UFRS) Standart seti olduğunu görüyoruz. Finansal Raporlama ’da işlemlerin ve de faaliyetlerin şekilselliğinden daha çok özünü benimsediğini ve yansittığını ilke bazlı olarak uygulandığı görülmektedir. İkincisi ABD Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri (US GAAP) Standart Setidir. Bu setin özelliği ise; kural bazlı olması, her tür işlem ve faaliyetleri kapsayarak detaylı düzenlemeler yapmalarıdır. Bu standartlar ise gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanmaktadır” (Can, A., 2016, Y.L.T).

Devletlerin sahip olduğu farklı muhasebe sistemlerine rağmen uluslararası ticaret ve finansman bağlarının küreselleşme ve teknik imkânlarla gelişmesi muhasebe standartlarının uluslararası seviyede benzesmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenle uluslararası muhasebe standartları hızla kabul görmüş ve ülkelerin kendi ulusal muhasebe standartlarını uluslararası standartlara uygun hale getirmek için çalışmalar yapmaya zorlamıştır. “Dünyada, muhasebe konusunda önemli diğer

bir güç ise Birleşik Krallık, özellikle de İngiltere ve İskoçya'dır. Hemen hemen bütün eski Britanya kolonileri U.K. modeline uygun muhasebe mesleğine ve muhasebe uygulamalarına sahiptir. Bu ülkeler, Avustralya, Yeni Zellanda, Malezya, Pakistan, Hindistan ve Güney Afrika'dır. İngilizler, muhasebe sistemlerini ihraç etmekle kalmamış, muhasebecilerini de bu ülkelere göndermişlerdir. Britanya, eski kolonyal güçler arasında, hem muhasebe fikirlerini hem de muhasebecilerini ihraç eden en önemli ülke olmuştur. Fransa ve Almanya'nın eski kolonileri de "ana ülkelерden" etkilenmiştir. Ancak, bu etkilenmenin derecesi İngiltere'nin gerçekleştirmiş olduğu düzeye erişmemiştir"(Kaya, İ., 2003:222).

Ayrıca küresel krizler ve Amerika'da ortaya çıkan Enron, Worldcom gibi muhasebe ve denetim skandalları ulusal muhasebe standartlarının eksiklikleri olduğu gerçekini göz önüne sermiştir. Dolayısıyla uluslararası alanda genel kabul gören ilk kilometre taşının Finansal Raporlama Kavramsal Çerçeve adıyla başladığı söylenebilir. Ancak kavramsal çerçevenin hazırlanması, adaptasyonu ve kabulü arasında bir süreç yaşandığı görülmektedir. Bu nedenle aşağıda Tablo 2. ve Tablo 3. hazırlanarak sunulmuştur.

| Finansal Raporlama Kavramsal Çerçeve | Yayın Tarihi |
|---|--------------|
| Finansal Raporlamanın Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve- IASC Kurulu tarafından kabulü | Nisan 1989 |
| IASC tarafından yayımlanması | Tem. 1989 |
| IASC'nin IASB'ye dönüşmesi ve adaptasyonu | Nisan 2001 |
| Finansal Raporlama Kavramsal Çerçevesi adıyla IASB tarafından kabulü | Eylül 2010 |
| Kaynak: Resmi Gazetede yayınlanan Tebliğlerden derlenmiştir. | |

Tablo 2. Finansal Raporlama Kavramsal Çerçeve Oluşum Süreci

Tablo 3. Uluslararası Standartlar Oluşum Süreci

| IFRS/ IAS ve Yorumlar | Yayım Tarihi |
|--|--|
| IFRS-1/2008 - IFRS-17/2017 | 2004- 2017 yılları arasında değişik tarihler |
| IAS-1/2001- IAS-41/2007 | 1976- 2011 yılları arasında değişik tarihler |
| IFRIC-1/2004 - IFRIC-22/2016 | 2004- 2016 yılları arasında sıralı tarihler |
| SIC-1/1997 - SIC-33/2001 (IAS Standartı-IFRS Yorum Komitesi gerekli görürse bu serideki Yorumları yeniden yayınlamıştır) | 1997- 2001 yılları arasında sıralı tarihler |
| Finansal Raporlama Kavramsal Çerçevesi-2010 | 2010 |
| UFRS Uygulama bildirgesi- Yönetim Yorum | 2010 |
| Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin UFRS (IFRS for SMEs) | 2009 |
| Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Giriş | 2002 |

Kaynak: Resmi Gazetede yayınlanan Tebliğlerden derlenmiştir.

V. SONUÇ

Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının oluşum sürecini özetleyen tabloları incelediğimizde finansal tabloların karşılaştırılabilir ve tam açıklayıcı özellikle olmalarının sağlanması amacıyla başlayan çalışmaların 1970'li yillardan itibaren süregeldiği görülmektedir. Bu gelişim sürecinde uluslararası alanda Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu'un (IASB) etkin rol oynadığı söylenebilir. Uluslararası açıdan kilometre taşları olarak nitelenebilecek bildiriler şekilde sıralanabilir;

1. IAS1- 2007 (1976-2011 yılları arasında değişik tarihlerde yayımlanan toplam 41 adet tebliğden oluşmaktadır)
2. IFRS1- 2008 (2004- 2017 yılları arasında değişik tarihlerde yayımlanan toplam 17 adet bildiriden oluşmaktadır.)
3. IFRS for SMEs -2009
4. The Conceptual Framework for Financial Reporting -2010

Türkiye Muhasebe Standartları (TMS), Türkiye Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (TFRS) ve Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT)

oluşum süreçlerini gösteren tablolar incelendiğinde ise öncelikle Tekdüzen Hesap Planının hazırlanarak uygulamaya konulmasının ülkemiz açısından oldukça önemli olduğu görülmektedir. MUGT oluşum sürecinin Türkiye Muhasebe Standartları Kurulunun (TMSK) oluşması ve 1992 yılında 1 Seri nolu Muhasebe Uygulama Genel tebliğinin yayınlanması ile başlamıştır. Türkiye açısından kilometre taşları olarak nitelenebilecek bildiriler şu şekilde sıralanabilir;

1. MSUGT- 1992- 2008 yılları arasında değişik tarihlerde yayımlanan toplam 15 adet tebliğden oluşmaktadır.
2. TMS1- 2005- 2015 yılları arası değişik tarihlerde yayımlanan toplam 17 adet tebliğ ile güncellenmiştir.
3. TFRS1- 2006-2015 yılları arası değişik tarihlerde yayımlanan toplam 32 adet tebliğ ile güncellenmiştir.
4. Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve-1-2011

Ayrıca 2012 yılından itibaren uygulamaya geçen Yeni Türk Ticaret Kanununda Türkiye'nin uluslararası piyasada etkin olan işletmelere sahip bir ülke olarak uluslararası ticaret ve finans alanında rekabet gücüne haiz işletmeler ve kuruluşlara sahip olması gereği vurgulanmıştır. Bu da “Finansal Raporlama Standartları” ve “Uluslararası Ticaret ve Finansman” kavramlarının birbirleri ile çok sıkı bağlarının olduğunu ve hatta ayrılmaz bir bütününe parçalarını oluşturduğunu göstermektedir. Türkiye'nin UFRS'lere uygun raporlama ve denetim standartlarına sahip bir ülke olmasının gereği vurgulanmaktadır. Yeni TTK'nın da bu alanda yürütülen çalışmaları tamamladığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

AKDOĞAN, N. ve AYDIN, H. , 1987, “Muhasebe Teorileri”, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayın No.98

BAYRAK, S., 2011, “Tek Düzen Hesap Planı Ve UFRS'ye Göre Hazırlanan Finansal Taboların Mali Analizindeki Farklılıklar”, Sakarya Üniversitesi, SBE, Y.L.T.

CAN, A., 2016,“Muhasebe Meslek Mensuplarının UFRS / TFRS'ye Bakış Açıları ve Meslekteki Farkındalık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma” Türk Hava Kurumu Üniversitesi, SBE, Y.L.T.

ÇABUK, A. vd., 2013 "Finansal Tablolar Analizi", Ankara, Anadolu Üniversitesi Yayıını no.2996

ELİTAŞ, C., 2011, UFRS (TMS-TFRS) Açıklamalı, Yorumlu, Örnekli ve Karşılaştırmalı, Hipotez Yayınları

ELİTAŞ, C. ve ELİTAŞ, B.L. 2010, " TMS/TFRS Yorumlar ve Örnek Uygulamalar

ELİTAŞ, C. ve Elitaş, B.L., 2010, "Ortadoğu'da Yazılı İlk Muhasebe Öğreti Eseri: Saadet-name", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Yayıını

EROL, M. ve ASLAN M., 2017, "Uluslararası Muhasebe ve Denetim Standartlarının Gelişmesi", MUFTAV, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, Sayı12, İstanbul

FOULKE, R.A., 1968,"Practical Financial Statement Analysis", USA, 6th edition, McGraw-Hill Accounting Series

MEVZUAT DERGİSİ, Mayıs 2005, Sayı1,89

HİÇŞAŞMAZ M., 1970, "Tarihsel Gelişimi İçerisinde Muhasebenin Teorisi ve Teknik Yapısı", Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayıını, Ankara, s.4

KAYA, İ., 2003, "FASB-IASB Anlaşması ve Global Finansal Muhasebe Standartlarına Doğru" , VI. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu Antalya, 222.

ÖZERHAN, Y. ve YANIK, S., 2015, "Açıklamalı ve Örnek Uygulamalı TMS-TFRS", Üçüncü Baskı, Ankara, TÜRMOB Yayınları,

RESMİ GAZETE, 1992, 21447 sayılı, Maliye Bakanlığının 1 Sıra nolu Muhasebe Uygulama Genel Tebliği,

RESMİ GAZETE, 2012, 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu (TTK),

SEVİLENGÜL, O., "Genel Muhasebe", 2005; Ankara, Gazi Kitabevi.

TOBB Yayın No: 2011/138, TTK Genel Gerekçe, Kanun no.6012, Kabul Tarihi 13.01.2011,

Phases in the decision making process of buying cosmetics products – A case study for Macedonian cosmetic brand Bicutan and German cosmetic brand Nivea

Fani Mateska

PhD student in Organizational Management at the University: "Ss. Cyril and Methodius", Faculty of Economics, Skopje, fanimateska@yahoo.com

Abstract

Consumers' decision making process is a complex process that is unique for each consumer, although the phases it is consisted of are the same. Factors that influence consumers' decision making process of buying products are divided as internal factors such as: perception, learning and memory, motives, emotions, lifestyle and attitudes, and external factors such as: culture, political economic, social and technological factors. These factors influence the way consumers form their attitudes towards different products, since their attitudes are not stereotyped, they change all the time. This paper gives good explanation about the decision making process of purchasing products which is a complex process that is consisted of five phases such as: defining consumers 'needs, doing research before deciding to purchase products, assessment of purchasing alternatives, behavior during purchase and assessment after purchasing products. Each phase will be explained separately in this paper through results gained from an on-line made survey about the use of cosmetic products (creams) from Bicutan and Nivea brand in Republic of Macedonia. The goal of the research of this paper is to explore the actual behavior of the consumers during their decision making process to purchase cosmetic products.

Keywords: Decision making process, phases, consumers, attitudes

JEL Code: M31

Introduction

The decision making process for buying products is unique for every consumer. A consumer can buy a product only if he/she has developed strong attitudes towards the product that he/she would like to purchase. Attitudes are composition of beliefs, emotions, feelings and intentions that consumers develop when

they have desire or are willing to buy a product. Therefore, consumers can have positive or negative beliefs, emotions or feelings for some products that form consumers' attitudes. These attitudes, whether positive or negative are part of our everyday lives.

The way a consumer will purchase a product depends on several factors that occur at that particular moment when the purchase is made. These factors influence consumers' attitudes that most of the times represent mechanism for behavior. In addition consumers receive a stimulus (the product) and use an attitude in order to characterize this stimulus as useful or non-useful one. In order to do so, consumers' attitudes are influenced by internal factors such as: the behavior of the consumers when they purchase the products, their beliefs and thoughts, their memories and previous buying experiences, their emotions and their lifestyles.

External factors that influence consumers' decision making process and their attitudes when buying products are very different from internal factors and in contrary to them, these factors cannot be controlled. The culture where we live, the social standards of the country, our families, our revenues, the geographical place where we live are external factors that influence consumers decision making process.

The decision making process of buying products is consisted of five phases such as: defining consumers 'needs, doing research before deciding to purchase products, assessment of purchasing alternatives, behavior during purchase and assessment after purchasing products or post-purchase evaluation. All of them are separately described in this paper as separate topics. An on-line survey is made in order to explain the change of consumers attitudes during all five stages of the decision making process when buying cosmetic products (baby creams) from the brand Nivea or Becutan where 100 participants were questioned. After each phase of the decision making process is textually explained, a hypothesis is formed in order to confirm or deny the fulfillment of each phase of the decision making process. Becutan is European and Nivea is International brand for clinically tested cosmetics products and baby creams are their common products that are subject of testing in this paper.

2. Becutan versus Nivea

2.1. Becutan

Becutan is the most famous Macedonian brand for baby skin care that origins from 1978. It is owned by Alkaloid AD Skopje which is a Macedonian company.

This baby skin care cosmetics is consisted of 26 different product lines with more than 50 design packages. Its name comes from BEBE+CUTIS that in Latin words means “surface layer of the skin”. Moreover, Becutan is a symbol of quality, trust and loyalty. All products are clinically and dermatologically tested and developed in collaboration with pediatricians and dermatologists. They are made of premium raw materials of certified quality that comply with the European regulations for a high-quality product for children’s skin care.

Becutan’ collection is consisted of these baby care products: baby body creams, baby sun creams, baby shampoos, baby oils, baby bath foams, baby hand and face soaps, baby powders, baby toothpastes baby dippers, Becutan eau de toilette for kids, baby instant and filter teas, baby cotton buds and the most famous ones the Becutan wet wipes with chamomile. In this paper only baby creams are considered as products that are being purchased by consumers such as: Becutan children’s cream 50ml, 75ml, 100ml, 150ml, Becutan children’s vitamin balm 50ml, 100ml, 200ml, Becutan hydrating cream for children 200ml, Becutan baby almond cream 100ml, Becutan cod liver oil ointment, Becutan oil with lavender 200ml, Becutan protective children’s cream with zinc oxide 75ml, Becutan children’s suntan collection, Becutan insect repellent 100 ml, Becutan skin cooling gel 50 ml (Alkaloid AD Skopje ,2017)

2.2. Nivea

Nivea is a personal international brand that is produced by the German company Beiersdorf. It is a brand that is 107 years on the market until now. Moreover, the word NIVEA is derived from the Latin word “nix, nivis” meaning snow. So NIVEA means “snow white.”. Today Nivea is one of the world’s largest skin care brands. Nivea has a range of products for face care, for body care, deodorants for sun protection for adults and children. Nivea makes, substantial investments in dermatological research and established global standards in R&D. (Beiersdorf, 2017).

In our country, Republic of Macedonia there is a company that is specialized in import and distribution of consumer goods and it is an official representative of leading European manufacturing companies. Nivea is one of them. (Trejdek DOOEL, 2018). Among the baby skin care collection these baby creams and product are imported in Macedonia: Nivea baby bottom ointment. baby intensive cream, baby soft cream , baby protection cream from sun SPF 30, baby protection lotion from sun SPF 50, wind and weather cream, baby moisturizing lotion, pure and sensitive milk lotion, caring oil.

3. Phases in the decision making process

3.1. Defining consumers 'needs'

The foundation of consumers' needs is a starting point for each decision making process when purchasing products. Consumers have desires to possess a certain product, which at the moment may not be available to be bought at the store. At this state of mind, consumers are in an ideal or desirable condition that differs from the reality. So consumers' needs arise when the consumers feel that there is a difference between their desired condition and the actual, current or real state where they are located in that very particular moment.

According to "Maslow's hierarchy of needs," (Abraham H. Maslow, 1970), there are five types of needs: physiological needs, safety needs, social needs, self – esteem needs and self-actualization needs. These needs are shown in a form of triangle where the physiological needs are in the bottom of the triangle, as needs that people cannot survive without. Above them the safety needs are placed. Above the safety needs, Maslow has placed the social needs, than the self- esteem needs and finally as the fifth and last ones, he had placed the self-actualization needs.



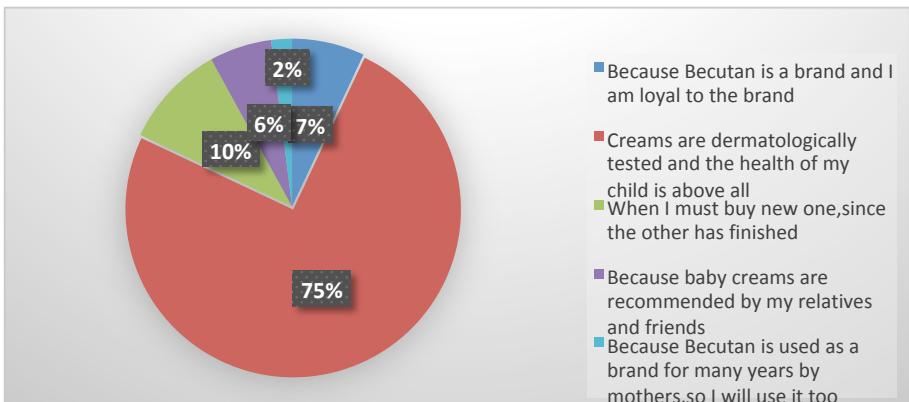
Source: Paul W. King, Climbing Maslow Hierarchy

- a. Physiological needs – According to Maslow, these are the first and most basic needs that people have in order to survive in this world such as: needs for food, water, air and shelter. If any of these needs are missing, people are motivated above all else to meet the missing needs. It is more than obvious that people cannot live without fulfilling these needs.(Martin.D&Joomis.K,2007, p. 72–75)
- b. Safety needs – In the Maslow pyramid these needs come above the physiological needs, meaning that they are the second ones by importance for stable and secure people' leaving. These needs can be classified as: safety needs from physical danger (misfortune, criminal acts), safe and stable work, economic security (social insurance), safe working conditions, security and law (Sukley, 2009, p.283)
- c. Social needs - Needs for love, affection and belongingness – These needs occur when the first needs (the physiological and the safety needs) are satisfied. Those are needs for love and affection, belongingness to some family or partner through which people tend to overcome feelings of loneliness and dissatisfaction (Dr. Nyameh.J, 2013, p.41- 42)
- d. Self-esteem needs – These needs appear to those people who have high evaluation of themselves for self-respect and for the esteem from others. These needs can be classified in two groups: the first one is consisted of needs for strength, for achievement for gaining confidence from others and needs for independence and freedom, while the second group is consisted of desire for reputation or prestige, recognition, attention, importance of appreciation from others. When both groups of needs are satisfied, individuals feel worth, strength, and capability. On the contrary, people feel inferior, week and helpless. (Schunk, D. H., 2012)
- e. Self – actualization needs – when all of the other needs above are satisfied, than these needs can be activated. These needs means that people are willing to succeed some goal whenever the pressure is big or small. Maslow describes self-actualization as a person's need to be and do that which the person was “born to do.” (Dr. Nyameh.J, 2013, p.41- 42)

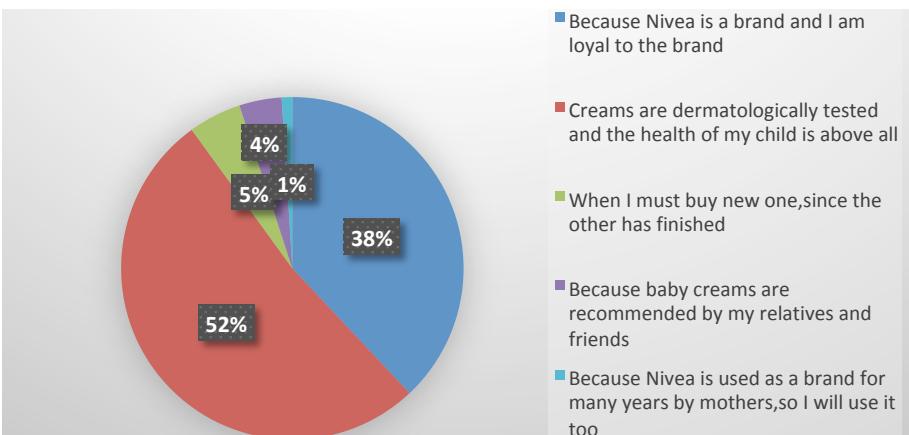
In order to define consumers' needs to buy baby cosmetic creams, an H1 was defined and the results calculated from the research are shown in pies right below the hypothesis:

H1:Becutan and Nivea baby creams are bought because they are dermatologically tested and their brand is popular and known

Why do you buy Becutan creams for your babies?



Why do you buy Nivea creams for your babies?



According to the results from the shown pies for the Becutan and Nivea baby cream users, most of the respondents (46 out of 61 who buy Becutan baby creams or 75%, buy baby creams from the brand Becutan because of safety needs, and 19 out of 36 respondents or 52%, buy baby creams from the brand Nivea because of the same needs. The brand of the creams is not crucial for respondents to make a purchase. This means that H1 is accepted and proved.

3.2. Doing research before deciding to purchase products

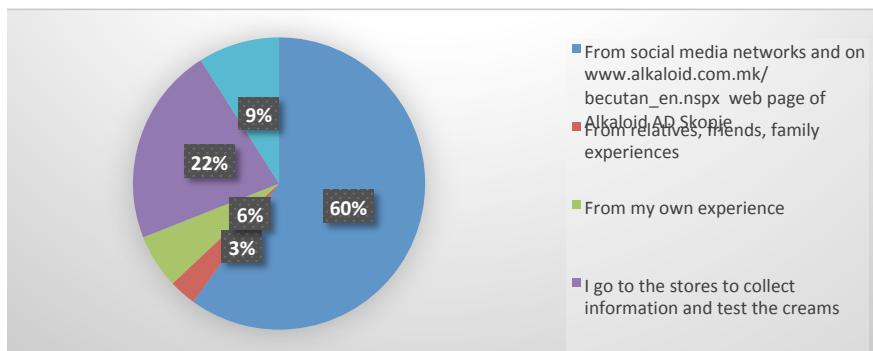
In this phase from the decision making process when buying products (in this case cosmetic products), consumers collect information for the cosmetic product they would like to buy and use in order to satisfy their needs. This information can be collected either by their senses for view, sound, smell or touch.

According to Salomon (Solomon R.M & Bamossy,G. 2016), there are two types of information collection: internal information collection, that are based on previous experience, emotions, believes, values and behavior and external information collection that can be done either by visiting the stores where customers can compare prices and quality of products or through browsing the Internet for the same matters. External information about products can also be collected from relatives or friends by using and comparing their buying experiences.

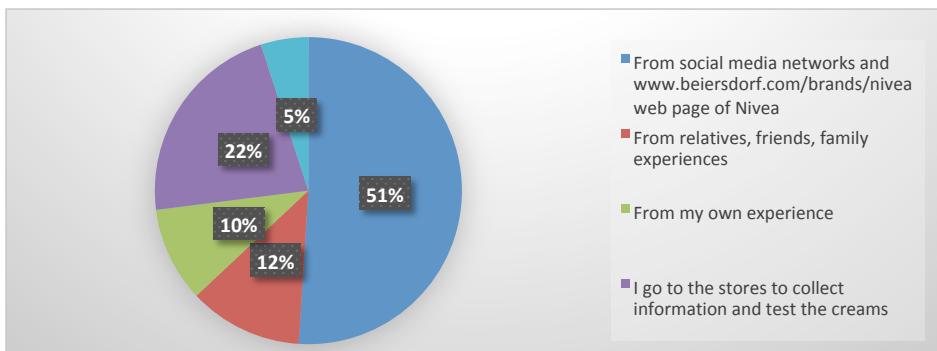
In order to explore the way consumers collect information about their brand, an H2 was defined and the results calculated from the research are shown in pies right below the hypothesis:

H2: Consumers collect information about Becutan and Nivea baby creams in stores because of their sensitive nature

From where do you collect your information about Becutan baby creams?



From where do you collect your information about Nivea baby creams?



These results show that more than half of the respondents, 60% of Becutan users will buy Becutan baby creams after they search for their characteristics on Internet. They will rather search and compare products online than going to the store. It saves time, energy and money for gas. The same happens with Nivea baby cream users, 51% of them will buy baby creams after searching and comparing them on the Internet. These results reject the H2 hypothesis as opposite of what was stated as a correct hypothesis.

3.3. Assessment of purchasing alternatives

At this stage, consumers evaluate the information that has been collected from the previous phase and on the basis of those estimates they decide what are their offered options, which of these options are the best to be used, which of them have the best features, and which of them have the worst features when considering and comparing the two brands of Becutan and Nivea creams. They compare their mostly known and familiar alternatives to those that they found as important during their information collection and they narrow the circle of alternatives making one small set of alternatives from which they choose the best one, before they truly decide to buy their product.

There are three kinds of sets of alternatives: (Solomon R.M & Bamossy, G. 2010, p. 273)

- Approved or challenged set of alternatives – active alternatives that are taken into consideration during the process of assessing alternatives by consumers. These are their set of chosen or approved set of alternatives from which they will chose the best alternative before they decide to buy the product
- Passive set of alternatives - These alternatives are known to the consumers but for some reasons consumers will not take them into consideration when deciding to buy the product
- Unsuitable or rejected set of alternatives – these are alternatives that consumers will not even take into consideration when deciding to buy the product since they are sure that these alternatives are unsuitable and unusable when making a decision to buy a product

In addition, as part of the research of this paper, I gave several alternatives to consumers that use Becutan and Nivea baby creams so they can choose and decide which of them are most important to them so than can make the final decision to buy these creams. They were given the opportunity to grade alternatives with 1 – I strongly disagree, 2- I disagree, 3- I am neutral, 4 – I agree and 5- I strongly agree. This grading is known as Likert scale (Simon M.K and Goes j, 2013) and is always used in qualitative researches in order to measure the attitudes that consumers have when choosing the right set of alternatives before they finally decide to buy products. In order to measure consumers' attitudes towards these alternatives, five hypothesis were explored and the results calculated from the research are shown in the tables right below the hypothesis:

H3: The price of the Becutan baby creams is more acceptable for consumers than the price of the Nivea baby creams

H4: Baby creams from the brand Becutan have premium quality

H5: The design of Becutan baby creams' packages is more applicable and likable to the consumers than those packages of the baby creams from the brand Nivea

H6: Becutan and Nivea baby creams are easy to be found and bought in the nearest supermarkets

H7: Alkaloid AD Skopje and Nivea distributers in Macedonia make effective promotional campaigns that attract consumers' attention

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| The prices of the Becutan baby creams are more acceptable than those of the competitors | 2% | 4% | 9% | 17% | 68% |
| The quality of Becutan baby creams is premium | 0% | 0% | 2% | 7% | 91% |
| I like the design of Becutan baby creams' packages more than those of the competitors | 12% | 40% | 2% | 18% | 28% |
| Becutan baby creams are easy to be found and bought in the nearest supermarkets | 0% | 1% | 6% | 11% | 82% |
| Alkaloid AD Skopje make effective promotional campaigns that attract my attention | 2% | 6% | 12% | 42% | 38% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----|-----|-----|-----|-----|
| The prices of the Nivea baby creams are more acceptable than those of the competitors | 3% | 49% | 28% | 9% | 11% |
| The quality of Nivea baby creams is premium | 1% | 7% | 12% | 52% | 28% |
| I like the design of Nivea baby creams' packages more than those of the competitors | 9% | 11% | 7% | 32% | 41% |
| Nivea baby creams are easy to be found and bought in the nearest supermarkets | 1% | 9% | 2% | 28% | 60% |
| Nivea distributers in Skopje make effective promotional campaigns that attract my attention | 3% | 9% | 33% | 31% | 24% |

According to the results given in the above tables for Becutan and Nivea baby cream users, the prices of the Becutan baby creams are more acceptable than those prices of the brand Nivea since this alternative is ranked with grade 5 by the respondents, which means that H3 is correct and proved. Furthermore, Baby creams from the brand Becutan have premium quality since this alternative is ranked with grade 5 by the respondents, that leads to the conclusion that H4 is also correct and proved.

Moreover, the design of Becutan baby creams' packages is not more applicable and likable for the consumers than those packages of the baby creams from the brand Nivea because this alternative is ranked with grade 2, and the design of Becutan baby creams' packages is ranked with grade 5 which means that H5 is rejected and cannot be proved as it was stated. According to the results, Becutan and Nivea baby creams are easy to be found and bought in the nearest supermarkets since this alternative is ranked with grade 5 from the respondents which means

that the hypothesis H6 is also correct and proved. And finally, Alkaloid AD Skopje make good promotional campaigns that attracts consumers' attention since this alternative is ranked with grade 4 and the promotional campaigns for the brand Nivea are ranked with grade 3 which means that respondents' awareness for this matter is neutral. This means H7 can be partially proved since consumers' answers for the effectiveness of the promotional campaigns for the brand Nivea in Republic of Macedonia are neutral and final results cannot be calculated.

3.4. Behavior during purchase and assessment after purchasing products

The last two phases of the decision making process of buying baby creams are "behavior during purchase" and "assessment after purchasing products".

There are three types of purchasing processes: (Jovanovska.R.S, 2010.p.35)

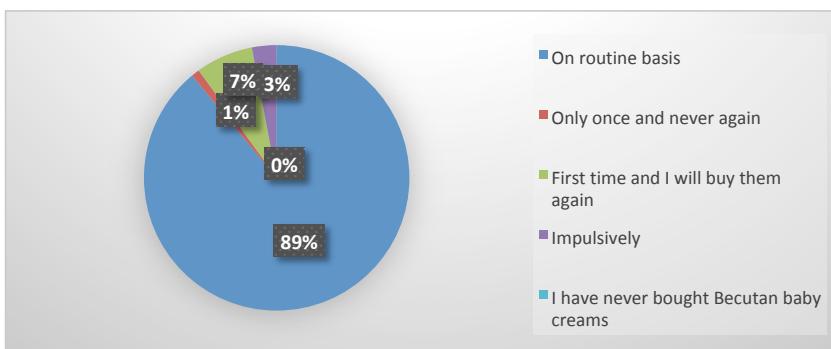
- a. Trial purchase – when consumers buy a product for the first time in small quantities just to try it and see if they would like it
- b. Re – purchase – when consumers like what they have tried as a new line of the products from a certain product and they would like to repeat the purchase from the same trial.
- c. Long-term purchase – when consumers buy products on routine long term basis and they become loyal to the brand they consume.

After the purchase has been done, the assessment after the purchase or post-purchase evaluation is the last phase of the decision making process but it does not mean that it is the least important phase, on the contrary this phase is very important for the researches so they can measure the overall consumers' satisfaction or dissatisfaction. "If the product "falls short of expectations, the consumer is disappointed; if it meets expectations, the consumer is satisfied; if it exceeds expectations, the consumer is delighted." (Kotler & Keller, 2006, p. 198). Consumers are either satisfied with the buying decision process and they are willing to buy the product again, or they are not satisfied with the product and they will not buy the product or any other similar product. If they are satisfied with the product, they usually tend to say good things about the brand and the product so marketers consider that their best advertisement made satisfied consumers. On the contrary, dissatisfied consumers will criticize the brand of the purchased products, which will lead marketers and companies up to 20 clients minus. (Munthiu.M, 2009).

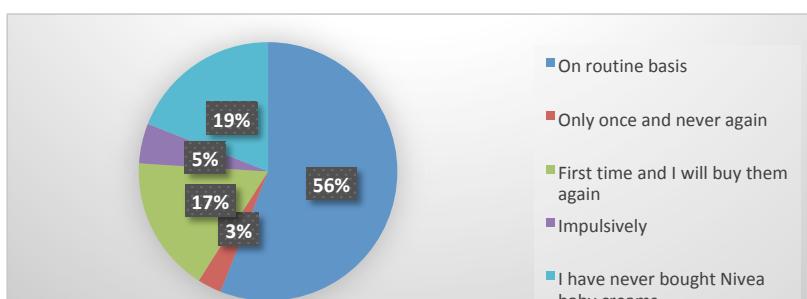
In order to measure consumers' ways of purchasing products an H8 was defined and the results calculated from the research are shown in pies right below the hypothesis:

H8: Consumers buy baby creams from the brands Becutan and Nivea on long-term (routine) basis

I am buying Becutan baby creams...



I am buying Nivea baby creams...



According to the results from the pies, consumers buy baby creams from the brands Becutan and Nivea on long-term (routine) basis since 54 out of 61, or amazing 89% of the Becutan baby creams' consumers and 20 out of 36 or 56% of Nivea baby creams' consumers, have answered that they buy baby creams on routine bases. These answers confirm and prove the H8.

In order to measure consumers' satisfaction or dissatisfaction after the purchasing decision, two alternatives has been given to the consumers so they can grade them from 1 (I strongly disagree up to 5 – I strongly agree. Also, an H9 and H10 were defined in order to find out if consumers prefer and are more satisfied from the given alternatives for the brand Nivea, or for the given alternatives for the brand Becutan:

H9: Consumers are satisfied from the after-purchase services
H10: Consumers are satisfied from the treatment they get from employees in the stores when they return or replace some of the Becutan or Nivea baby creams

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| I am very satisfied from the gifts, discounts and programs that Alkaloid AD Skopje offers to its loyal consumers | 1% | 4% | 6% | 31% | 58% |
| I am very satisfied from the way salespeople in stores treat me when I return some of the Becutan baby creams and replace with new ones | 21% | 42% | 10% | 12% | 15% |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| I am very satisfied from the gifts, discounts and programs that Nivea distributers in Macedonia offers to its loyal consumers | 5% | 2% | 11% | 52% | 30% |
| I am very satisfied from the way salespeople in stores treat me when I return some of the Nivea baby creams and replace with new ones | 32% | 38% | 12% | 8% | 10% |

Percentages from the tables signalize the post-purchase of consumers' Nivea and Becutan baby creams satisfaction or dissatisfaction of selected alternatives. In addition consumers are satisfied from the after-purchase services since this alternative is ranked with grade 5 from the Becutan baby creams' consumers and with grade 4 from the Nivea baby creams' consumers that leads to the confirmation of the hypothesis H9.

Consumers are not satisfied from the treatment they get from employees in the stores when they return or replace some of the Becutan or Nivea baby creams

since this alternative is ranked with grade 2 by the respondents. This means that the hypothesis H10 is rejected and cannot be proved.

4. Conclusion

Baby cosmetic is a very sensitive topic when it comes to the creams that mothers use for their children. Different brands of baby creams are used in Republic of Macedonia, but the most used ones are those from the brands Becutan and Nivea that are subjects of research in this paper. When people decide that they should buy baby creams for their children, the decision making process starts. Firstly they are aware of the fact that they have a need (physical need, safety need, social need, esteem or self-actualization need) to buy a baby cream. Secondly, they make a research about the product (in this case baby creams) that they have a need and desire to buy, simply by gathering information on-line, in-store, from their families and friends, or by using their own previous experience that they have gained when using these baby creams. Then, potential buyers evaluate this information from which they make a set of acceptable alternatives for the baby creams that they are willing to buy. It is when the actual purchase begin and potential buyers become consumers who buy creams either on long-term (routine) basis, impulsively or for the first time. Finally, after making the actual purchase, the last phase of the consumers' decision making process of buying cosmetic products for babies, is the after-sales service that companies offer for the loyal consumers, or the post-service evaluation phase.

In coordination with the statements above, presented results in this survey indicate that six of the hypothesis were confirmed and proved, three of the hypothesis for rejected and were not proved and only one hypothesis was partially proved. Moreover, consumers buy Becutan and Nivea baby creams because they are dermatologically tested and their brand is popular and known. The price of the Becutan baby creams is more acceptable for consumers than the price of the Nivea baby creams and baby creams from the brand Becutan have premium quality. Becutan and Nivea baby creams are easy to be found and bought in the nearest supermarkets. Finally, consumers buy baby creams from the brands Becutan and Nivea on long-term (routine) basis.

On the other hand, consumers do not collect information about Becutan and Nivea baby creams in stores; they mostly collect information on Internet and social media networks. Consumers are more attracted to the design of the

packages of the baby creams from the brand Nivea rather than the design of the packages of the Becutan baby creams. And finally, consumers are not satisfied from the treatment they get from employees in the stores when they return or replace some of the Becutan or Nivea baby creams.

References:

Abraham H. Maslow (1970): *Maslow Motivation and Personality*, New York: Harper & Row

Alkaloid AD Skopje (2017): "About us", retrieved from <http://becutan.mk/pocetna/za-nas.npx> , accessed on 01.07.2018

Alkaloid AD Skopje (2017): "Skin care and protection", retrieved from <http://becutan.mk/sekojdnevna-nega-i-higiena.npx> , accessed on 01.07.2018

Beiersdorf (2017): "Always in Tune with the Times- The Global NIVEA Brand", retrieved from <https://www.beiersdorf.com/brands/brand-history/nivea> , accessed on 05.07.2018

Beiersdorf (2017): "The NIVEA Family- Trusted, loved and always reliable – For more than 100 years", retrieved from <https://www.beiersdorf.com/brands/nivea> , accessed on 05.07.2018

Dr. Nyameh.J (2013): Application of the Maslow's hierarchy of need theory; impacts and implications on organizational culture, human resource and employee's performance, International Journal of Business and Management Invention, Volume 2 Issue 3, pp.41-42

Jovanovska R.S. (2010), Marketing teorija I praktika, Ekonomski fakultet-Skopje, Skopje

Kotler P. & Keller, K. 2006. Marketing Management, Pearson Prentice Hall, New Jersey

Martin and K. Joomis (2007): A Constructivist Approach to Introducing Education, Belmont, CA: Wadsworth, pp. 72–75.

Munthiu.M. (2009): The buying decision process and types of buying decision behavior, Sibiu Alma Mater University Journals. Series A. Economic Sciences – Volume 2, no. 4

Paul. W. King (2011): Climbing Maslow'Pyramid, UK: Troubador Publishing Ltd

Schunk, D. H. (2012). Learning Theories: An educational perspective (6th ed.) Boston, MA: Pearson Education, Inc.

Simon M.K and Goes j. (2013): Dissertation and scholarly research: Recipes for success, LLC. Seattle, WA

Solomon R.M., Bamossy,G. (2010), Consumer behavior, A European Perspective 2e, Pearson Education Limited, England, p.273

Solomon.M, Bamossy,G, Akegaard. S (2016): Consumer Behaviour: A European Perspective, UK, Pearson Education Limited

Trejdek DOOEL (2018): "About us" retrieved from <http://www.trejdek.com.mk/about-us/>, accessed on 05.07.2018

FREEDOM OF MOVEMENT OF GOODS IN EU INTERNAL MARKET WITH SPECIAL REFERENCE ON THE GOODS FROM THIRD COUNTRIES

**Assoc. Prof. Dr. Biljana Chavkoska, Ass. Prof. Dr. Natalija Shikova,
Ass. Prof. Dr. Nikola Dacev**

Faculty of Law, International Balkan University

Abstract

This article aims to analyze the benefits of founding the European Union Internal Market. The authors will argue that the EU Internal Market improved the EU economy in total, raising the GDP of the Union, increased the employment and job opportunities. The authors will give overview of the major freedoms of the EU Internal Market with special emphasis of the freedom of movement of goods and services. The European Union Directives and Regulations replaced a large number of complex and different national laws with a single framework, ensuring compliance for the business and smoothly functioning of the trade. This encompasses creating of the EU Custom Union. In the article the special reference will be given to the aspects of the freedom of movement of goods and services between EU Member States and the third countries. For that purpose EU rules and regulations towards goods coming from Republic Macedonia as EU candidate country will be analyzed in order to detect the possible obstacles of the movement of goods between EU and third countries such as, taxation issues, mutual assistance between control authorities, exchange of information, applicable law in a case of dispute etc.

Key words: EU Internal Market, Economy, Free Movement of Goods, Custom Union, Goods from Third Countries

INTRODUCTION

One of the objectives of the establishment of the European Union is the creation of an Internal Market for free movement of goods, persons, services, and capital between the Member States. With the Internal Market of half a billion consumers, the Union presently is one of the most attractive markets in the world. Such a position in the global trade allows the Union to dictate the conditions and

the manner of the world trade. With the assistance of the Union's Commercial Policy, the Union is a leader in the global trade. The article thesis aims to analyze the benefits of the Member States from the freedom of movement of goods such as the treatment of goods entering the Union from third countries which are not Union members. The article attaches special emphasis on the goods coming from the countries a) Member States b) the Republic of Macedonia as an example from the Western Balkan countries. Through comparative analysis, the thesis gives conclusions and recommendations for improvement of the trade with the European Union as a direct precondition for the further development of the national economy. The article especially focuses on the trade between the European Union and the Republic of Macedonia after entry into the force of the Stabilization and Association Agreement (SAA) and obtaining of the country candidate status. The analyzes show the effect that the liberalized trade relations with the European Union have on the Macedonian economy, primarily on the gross domestic product, the reduction of unemployment, the removal of technical barriers for the purpose of a bigger breakthrough in the European market, the competitiveness with the foreign products and the modernization of the Macedonian customs administration and other competent authorities.

1. Freedom of movement of goods in the European Union

The freedom of movement of goods is one of the most important freedom regarding the implementation of the Internal Market. The free movement of goods can be achieved by removing the obstacles such as customs barriers, quantitative restrictions and other measures of equivalent effect. The Customs Union presumes the abolition of customs duties and charges that have an equivalent effect on customs in the Internal Market. Common Commercial Policy is based on the Common Customs Tariff applied to third countries, and by eliminating mutual customs between the Member States. It is established as an arithmetical average of the customs protection of the products and services of the national economies of the Member States before they enter the Union. The Common Customs Tariff is a precondition and a guarantee for the free movement of goods across the Internal Market in the Member States. In addition to the establishment of a common tariff, Member States have also begun to harmonize their customs regulations and

procedures, simplifying the formalities of border control and developing forms of cooperation in the customs area.²³

With the Commission Directive 70/50/EEC of 22 December 1969, the Commission carried out a set of actions, based on the provisions of Article 33 (7), on the abolition of measures which have an effect equivalent to quantitative restrictions on imports and are not covered by other provisions adopted in pursuance of the EEC Treaty (OJ L 13, 19.1.1970, p. 29–31). The Directive prohibits all national measures that created an equivalent effect, but the Dawsonville case (1974, ECJ Case 8/74)²⁴ gave a uniform definition of the concept of measures having an equivalent effect on quantitative restrictions - broader than Directive 70/50/EEC.

In 2008 new legislation for freedom of movement of goods was adopted. The new legislative package consists of Regulation (EC) 765/2008 setting out the requirements for accreditation and the market surveillance of products, Decision 768/2008 on a common framework for the marketing of products, which includes reference provisions to be incorporated whenever product legislation is revised. In effect, it is a template for future product harmonization legislation, since the Regulation (EC) 764/2008 is laying down procedures relating to the application of certain national technical rules to products lawfully marketed in another EU country.²⁵

The free movement of goods harmonization policies resulted in the development of production through better utilization of production factors, as well as improvement of trade conditions and the increase of competitiveness. The macro-economic effect from the integration of the market is reflected in the reduction in production costs, increased GDP, a relative reduction in public spending (due to public procurement savings) such as opening many new jobs while improving the balance of public finances. Hence, the removal of customs barriers led to improved resource allocation, contributing to the comparative advantages of linking and

23 On July 1, 1968, among the Member States of the EEC, customs duties were abolished, except for customs for about 40 agricultural products that did not fit into the organized market, and customs duties for these products were reduced by about 1/4 of the base customs rate. Quantitative restrictions (quotas in trade), just as in the case of customs, were relatively easily removed, but the elimination of measures with an equivalent effect on quantitative restrictions posed serious difficulties and countries do so even today, as many forms have been demonstrated in individual Member States and proved to be one of the most effective instruments for restricting trade.

24 All the rules of trading adopted by Member States that are capable of precluding direct or indirect domestic trade (in the Community), currently or potentially, shall be regarded as measures having an equivalent effect on quantitative restrictions. This definition is known as Dawsonville formula.

25 https://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework_en

increasing the volume of production and thus improving the global economy of the EEC economy (Commission Directive 70/50/EEC, OJ L 13, 19.1.1970, p. 29–31). Some figures: In 2016 the value of export trade in goods within the EU ranged from over EUR 700 billion for Germany (22.7 % of total intra-EU exports) to just over EUR 1 billion for Cyprus and Malta (0.04 % of total intra-EU exports). There were nine Member States (Belgium, Czech Republic, France, Germany, Italy, the Netherlands, Poland, Spain and the United Kingdom) whose exports of goods to partners in the EU were over EUR 100 billion in 2016, accounting for almost 80 % of the total value of intra-EU exports of goods.²⁶

1.1. European Union trade agreements with third countries

One of the key characteristics of the Union is its dual policy in the field of trade liberalization: on the one hand, the Union, with its membership in the GATT, ie the World Trade Organization, participates in multilateral trade relations and the spread of trade multilateralism, while on the other hand, the establishment of the European Economic Community constitutes a discriminatory integration which, for the sake of realization of its own interests and through the conclusion of a number of pre-commercial trade agreements, allows the border access to different countries with different levels of trade preferences. Namely, Article 18 of the Treaty establishing the European Economic Community allowed the Member States to conclude reciprocal and mutually beneficial agreements with reduced customs duties with third countries which could have been authorized for the purpose of establishing a customs union. Under the Treaty on the Functioning of the European Union, signed in Lisbon in 2007 the Union may conclude agreements with one or more countries or international organizations with reciprocal rights, obligations, joint activities and special procedures. In addition, Article 188L provides for a special procedure for initiating negotiations, concluding and signing agreements with third countries or international organizations. By concluding a number of preferential agreements, the Union provided a different approach to its market, giving a different degree of preferences that formed a so-called pyramid of trade preferences.

26 Data available at:http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Intra-EU_trade_in_goods_-_recent_trends#Intra-EU_trade_in_goods_by_Member_State

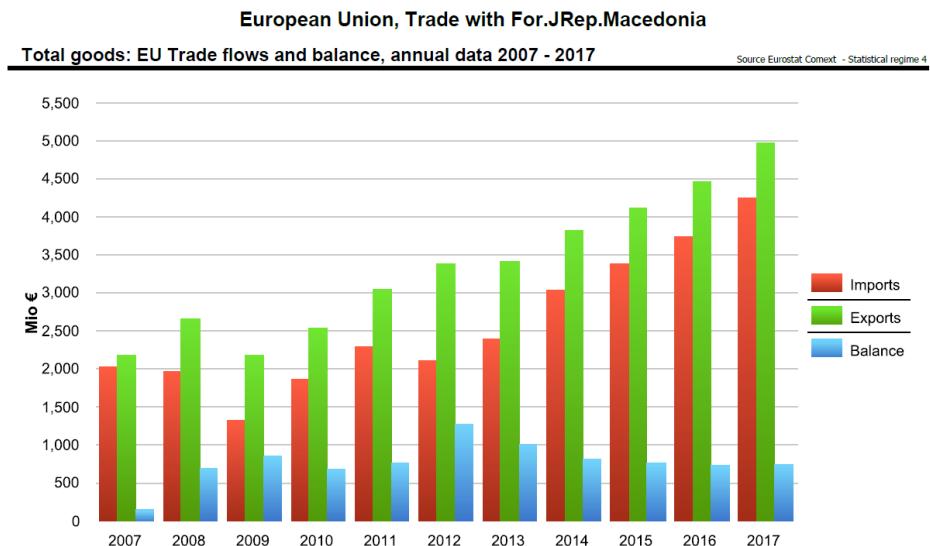
The procedure for importing products from third countries in the EU, it is regulated by the EU Customs Code. The EU Customs Code is a set of all rules covering customs issues in the trade with non-EU countries. These rules are customs practices in all EU countries and are equal and transparent. According to this rule, each country must have a registered economic operator. When registering an economic operator, a registration number is obtained (EORI), which is a unique identifier. This number is granted by the customs authority in an EU country to all economic operators (firms and individuals) and persons involved in activities covered by EU customs legislation. Operators use this number in communications with any EU customs authority, where an EU identifier is required, for example in customs declarations.

1.2. Movement of goods between the European Union and the Republic of Macedonia

The process of the trade integration of the Republic of Macedonia started after its' independence in 1991. The regional integration was achieved with the signing of the Free Trade Agreements (FTA) with the countries in the region; in 2003 the country accessed in the World Trade Organization (WTO) and set the paths for global integration and in 2001 Republic of Macedonia signed the Stabilization and Association Agreement with the European Union, clearly expressing the tendencies for European integration. The SAA is a political instrument that provides a framework for political dialogue for support of political relations between the parties (signatories). The SSA promotes harmonious economic relations and gradually develops a free trade area between the European Community and the Republic of Macedonia. The SAA is a preferential trade agreement with unilateral preferences that is establishing a duty-free treatment of the products exported from the Republic of Macedonia to the Union market. The main idea was to establish a free trade area in the following ten years period after the signing of the Agreement. The SAA is the most important preferential agreement for the Republic of Macedonia, due to the volume of trade between the Republic of Macedonia and the EU. Based on this agreement, most barriers for the entry of the Macedonian agricultural products were removed, except for the wine, beef, sugar, fish and fish products for which customs tariff quotas or gradual liberalization was agreed. On the other hand, for the entry of agri-food products originating from EU in the Republic of Macedonia, the customs rates for products defined as insensitive

were abolished, the gradual liberalization for medium-sensitive products was established and maximum customs protection for high-sensitive products was applied. The textile and steel products were exempted from this regime and for them, specific Protocols were concluded.²⁷ The aim of this approach was to give an opportunity to the Macedonian producers to invest in new technologies and production methods and thus to improve their productivity and competitiveness. In this regard, the funds from Instruments for Pre Accession (IPA) and other EU funds could (and still can) be used. In order to face much more competitive producers coming from EU, additionally, the Macedonian economic operators were exempt from administrative duties that had the same effect as customs. In that respect, the SAA provisions regulating the Free Movement of Goods had a direct impact on the development of the Macedonian economy.

Due to the asymmetry of the SSA, the Republic of Macedonia was exporting more products to the EU than importing (see Table 1).²⁸



As it was assumed, the results of the trade exchange were immediately evident: more than 50% of the foreign trade of the Republic of Macedonia was realized

27 <http://www.sep.gov.mk/data/file/SSA/SSA%281%29.pdf>

28 See more European Union, European Commission, Directorate-General for Trade Trade in goods, with For.Y.Rep.Macedonia file:///D:/Local%20Disk%20C/Desktop/tradoc_113381.pdf

with the countries from the European Union, making the EU biggest trading partner for the Republic of Macedonia comparing to other countries - even to the ones in the region.

Total goods: EU Trade flows and balance

Source Eurostat Comext - Statistical regime 4

| Period | Imports | | | Exports | | | Balance Value Mio € | Total trade Value Mio € |
|--------|-------------|----------|------------|-------------|----------|------------|------------------------|----------------------------|
| | Value Mio € | % Growth | % Extra-EU | Value Mio € | % Growth | % Extra-EU | | |
| 2007 | 2,019 | | 0.1 | 2,171 | | 0.2 | 151 | 4,190 |
| 2008 | 1,949 | -3.5 | 0.1 | 2,643 | 21.8 | 0.2 | 694 | 4,592 |
| 2009 | 1,321 | -32.3 | 0.1 | 2,170 | -17.9 | 0.2 | 849 | 3,491 |
| 2010 | 1,852 | 40.2 | 0.1 | 2,532 | 16.7 | 0.2 | 680 | 4,384 |
| 2011 | 2,281 | 23.2 | 0.1 | 3,038 | 20.0 | 0.2 | 758 | 5,319 |
| 2012 | 2,110 | -7.5 | 0.1 | 3,372 | 11.0 | 0.2 | 1,262 | 5,481 |
| 2013 | 2,388 | 13.2 | 0.1 | 3,396 | 0.7 | 0.2 | 1,008 | 5,784 |
| 2014 | 3,019 | 26.4 | 0.2 | 3,818 | 12.4 | 0.2 | 800 | 6,837 |
| 2015 | 3,365 | 11.5 | 0.2 | 4,114 | 7.7 | 0.2 | 748 | 7,479 |
| 2016 | 3,723 | 10.7 | 0.2 | 4,450 | 8.2 | 0.3 | 727 | 8,173 |
| 2017 | 4,238 | 13.8 | 0.2 | 4,973 | 11.8 | 0.3 | 735 | 9,212 |

% Growth: relative variation between current and previous period

% Extra-EU: imports/exports as % of all EU partners i.e. excluding trade between EU Member States

According to Eurostat data, the Republic of Macedonia made 60% of its exports to the Union market, and the trend was upward. On the import side, more than 50% of the products imported into the Republic of Macedonia were from EU.²⁹

European Union, Trade with For.JRep.Macedonia

Trade flows by SITC section 2017

Source Eurostat Comext - Statistical regime 4

| | Imports | | | | Exports | | | |
|---|-------------|---------|------------|----------|-------------|---------|------------|----------|
| | Value Mio € | % Total | % Extra-EU | % Growth | Value Mio € | % Total | % Extra-EU | % Growth |
| Total | 4,238 | 100.0 | 0.2 | 13.8 | 4,973 | 100.0 | 0.3 | 11.8 |
| 0 Food and live animals | 143 | 3.4 | 0.1 | -6.3 | 303 | 6.1 | 0.4 | 7.6 |
| 1 Beverages and tobacco | 112 | 2.6 | 1.3 | 14.0 | 42 | 0.9 | 0.1 | 0.0 |
| 2 Crude materials, inedible, except fuels | 256 | 6.0 | 0.4 | 21.2 | 52 | 1.1 | 0.1 | 30.8 |
| 3 Mineral fuels, lubricants and related materials | 51 | 1.2 | 0.0 | -28.8 | 533 | 10.7 | 0.5 | 19.7 |
| 4 Animal and vegetable oils, fats and waxes | 1 | 0.0 | 0.0 | 80.5 | 11 | 0.2 | 0.2 | -56.7 |
| 5 Chemicals and related prod, n.e.s. | 1,098 | 25.9 | 0.6 | 18.5 | 527 | 10.6 | 0.2 | 5.5 |
| 6 Manufactured goods classified chiefly by material | 401 | 9.5 | 0.2 | 11.2 | 2,012 | 40.5 | 1.0 | 12.4 |
| 7 Machinery and transport equipment | 1,418 | 33.5 | 0.2 | 17.2 | 1,171 | 23.6 | 0.2 | 13.9 |
| 8 Miscellaneous manufactured articles | 727 | 17.2 | 0.3 | 6.2 | 301 | 6.0 | 0.1 | 9.3 |
| 9 Commodities and transactions n.c.e. | 31 | 0.7 | 0.1 | 350.6 | 11 | 0.2 | 0.0 | -8.6 |
| Other | 1 | 0.0 | n.a. | n.a. | 9 | 0.2 | n.a. | n.a. |

The biggest export products were the agricultural products, raw materials, minerals, chemicals, iron, steels, tobacco...etc.

29 <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

Total Goods: Top trading partners 2017

Source IMF

| Imports | | | Exports | | | Total trade | | |
|----------------------|-------------|---------|----------------------|-------------|---------|----------------------|-------------|---------|
| Partner | Value Mio € | % World | Partner | Value Mio € | % World | Partner | Value Mio € | % World |
| World | 6,671 | 100.0 | World | 5,005 | 100.0 | World | 11,675 | 100.0 |
| 1 EU 28 | 4,165 | 62.4 | 1 EU 28 | 4,071 | 81.3 | 1 EU 28 | 8,236 | 70.5 |
| 2 Serbia | 473 | 7.1 | 2 Serbia | 219 | 4.4 | 2 Serbia | 692 | 5.9 |
| 3 China | 392 | 5.9 | 3 Kosovo | 189 | 3.8 | 3 China | 446 | 3.8 |
| 4 Turkey | 297 | 4.5 | 4 Bosnia-Herzegov... | 79 | 1.6 | 4 Turkey | 371 | 3.2 |
| 5 South Africa | 236 | 3.5 | 5 Turkey | 74 | 1.5 | 5 South Africa | 236 | 2.0 |
| 6 USA | 156 | 2.3 | 6 Albania | 67 | 1.3 | 6 Kosovo | 226 | 1.9 |
| 7 Russia | 131 | 2.0 | 7 USA | 54 | 1.1 | 7 USA | 210 | 1.8 |
| 8 Japan | 91 | 1.4 | 8 China | 54 | 1.1 | 8 Russia | 173 | 1.5 |
| 9 Bosnia-Herzegov... | 69 | 1.0 | 9 Russia | 42 | 0.8 | 9 Bosnia-Herzegov... | 148 | 1.3 |
| 10 Albania | 63 | 0.9 | 10 Switzerland | 33 | 0.7 | 10 Albania | 130 | 1.1 |
| 1 EU 28 | 4,165 | 62.4 | 1 EU 28 | 4,071 | 81.3 | 1 EU 28 | 8,236 | 70.5 |

World trade: excluding intra-region trade

Top partners: excluding region member states

% Growth: relative variation between current and previous period

After signing of the SAA the export of goods amounted to 4973 million Euros from initial 584 million Euros. However, despite the increase in the export, the trade balance is in a continuous deficit due to the type of products that Macedonia exports to the Union. Namely, the export portfolio of the Republic of Macedonia consists of primary products, such as raw materials and semi-processed products that do not have high added value. On the other hand, the Union favorites and exports the industrial products, due to the underdeveloped industrial structure of the Republic of Macedonia.

1.3. Simplified customs procedures in the Republic of Macedonia

The complicated and costly customs procedures are one of the biggest obstacles to the functioning of the trade. Therefore, simplified customs procedures for Macedonian companies is a challenge, and at the same time a great opportunity to globalize this type of doing business. The problems with the deadlines are solved and the speed of delivery of goods outside of Macedonia is increased with the simplified customs procedures. In the Republic of Macedonia, simplified procedures allow the holder of the authorization: to submit a customs declaration which does not contain some of the prescribed data or some of the prescribed documents (procedure with incomplete declaration); to submit a commercial or

administrative document together with a request for placing the goods in the customs procedure (simplified declaration procedure) or to place the goods of the customs procedure in their premises or other authorized place by recording in their records, in which case it may not be required to place the goods for inspection (local clearance procedure); to submit an additional declaration in the approved deadline, which, together with the simplified customs declarations, is a single indivisible document that triggers action on the day of the acceptance of the simplified declarations. The tools for facilitation and simplifications of customs procedures are: goods clearance at border crossings; the application of simplified customs procedures and procedures with economic impact; the use of tools within e-customs;; use of the enhanced EXIM system for issuing licenses for import; export, transit and tariff quotas; systems for procedures with economic impact for inward processing and electronic communication and single submission of paper documents for all procedures at customs. Some figures are presented below that show the differences in the number of issued licenses, the average time for obtaining licenses and registered users of the system in 2009 and 2016 in the Republic of Macedonia:

| Year | Import, Export and Transit licenses issued | The average time for obtaining licenses | Registered users of the system |
|------|--|---|--------------------------------|
| 2009 | 28.614 | 7.4 hours | 600 |
| 2016 | 88.751 | 3 hours | 6000 |

Source:<http://www.lse.ac.uk/LSEE-Research-on-South-EasternEurope/Assets/Documents/Research/LSEE-CEFTA-Network/Kikerkova-et-al.-presentation.pdf>

2 Introducing of the EXIM system in Republic of Macedonia

The EXIM system is an electronic system used by 16 institutions that have competencies in the area of foreign trade. EXIM provides search according to the tariff number of the goods and information on which licenses are needed for import, export or transit using the search option. Through the tariff quotas option, under the prescribed quantities of the tariff quota business community can be informed about the tariff quotas and countries in which they are available for distribution. EXIM enables electronic filing of requests for import, export and transit licenses by the business community, as well as the electronic issuance of licenses by the competent institutions. Through the system, applicants can monitor

the status of processing their requests until their issuance. Through EXIM the importers have the opportunity to submit electronically requests for allocation of tariff quotas available under the trade agreements concluded by the Republic of Macedonia. The tariff quotas on a daily basis are allocated according to the principle “first come, first served”. (<http://exim.gov.mk/EILWeb/startPage.jsf>)

The EXIM system is regulated by the “Decree on the establishment and manner of using the information system for processing data in electronic form and electronic signature in import, export and transit procedures”. This Decree prescribes the establishment, the manner of use, as well as the registration and functionalities of the information system for data processing in electronic form and electronic signature in import, export and transit procedures. (Article 1 of the Decree, 2008). The information system is a system accessible on the internet, which aims to enable electronic submission and processing of requests for issuing licenses necessary for import, export and transit of goods, records of international transport of goods and passengers, modernization and simplification of the international exchange of goods, Moreover, it establishes a single database and a harmonized system of data exchange between entities in the public and private sectors in the field of international exchange of goods.

The EXIM system is managed by the Customs Administration in coordination with the authorities, system users.

CONCLUSIONS

The freedom of movement of goods in the European Union is the most important aspect and the necessity for the functioning of the Internal Market. Therefore, the Customs Union was created. The set of regulations, policies and undertaken measures helped for increased considerably total inter – EU trade and total intra-EU exports. On the other hand, the Common Customs Tariff, part of the Common Commercial Policy, eliminated mutual customs between the Member States and applied to third countries. In that respect, the preferential agreement for liberalizing the trade with third countries was concluded. In our case the SSA signed between the Republic of Macedonia and EU in 2001, caused more than 50% of the foreign trade of the Republic of Macedonia to be realized with the countries from the European Union and made the EU biggest trading partner for the Republic of Macedonia inside and outside the region. However, for giving the efficiency of the measure, all the necessary preconditions such the

simplified customs procedures and EXIM system were put in place, and all of that resulted with the increase of the trade and opening of the market.

References

1. Agency for Support of Entrepreneurship in the Republic of Macedonia (2013), “Guide for export of goods to the European Union”, Skopje, p. 6
2. Customs Administration, Ministry of Finance of the Republic of Macedonia <http://www.customs.gov.mk/index.php/mk>, **Commission Directive 70/50/EEC of 22 December 1969 based on the provisions of Article 33 (7), on the abolition of measures which have an effect equivalent to quantitative restrictions on imports and are not covered by other provisions adopted in pursuance of the EEC Treaty**, OJ L 13, 19.1.1970, p. 29–31
3. Decree for establishing and manner of using the information system for processing data in electronic form and electronic signature in import, export and transit procedures, Official Gazette of the Republic of Macedonia 134/2008
4. European Commission, “The Community Customs Code (CC), implementing provisions and guidelines-Current legal provisions”, http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/procedural_aspects/general/community_code/index_en.htm

Relevant web sites

https://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework_en

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Intra-EU_trade_in_goods_-_recent_trends#Intra-EU_trade_in_goods_by_Member_State

<http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:COMEXT>

[http://www.lse.ac.uk/LSEE-Research-on-South-Eastern Europe/Assets/Documents/Research/LSEE-CEFTA-Network/Kikerkova-et-al.-presentation.pdf](http://www.lse.ac.uk/LSEE-Research-on-South-Eastern%20Europe/Assets/Documents/Research/LSEE-CEFTA-Network/Kikerkova-et-al.-presentation.pdf)

THE INFORMATION SYSTEM TO ASSIST THE DECISION ON ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONTEXT OF THE USE OF DATA DEPOSITS

Associate Professor Phd. Vatuiu Teodora, „Titu Maiorescu” University of Bucharest, Economy and Sustainable Development Department, email: teodora.vatuiu@gmail.com

Professor Phd. Lăzăroiu Gheorghe, „Polytechnic University” of Bucharest,
glazarioiu@yahoo.com

Abstract

The intellectual capacity of a person is outweighed by the volume and complexity of the information gathered over time, which is why information systems allow data storage for further analysis and provides methods of processing and filtering them to extract only relevant data. Business management consists of the use of advanced information management systems. There are systems for knowledge management, customer relationship, collaboration, and company image management. Once the data collection and processes have been built and are capable of being updated over time from different sources, the next step involves the integration and automation of data mining technologies. Data mining makes e-business decisions more informed. Over time, better informed decisions are expected to lead to better results.

Keyterms: decision support system, data warehouse, data mining, data retrieval, decision support, data analysis

J.E.L. Classification: D8, M15, M41

1. Brief topic explanation literature review

The entity is an articulation of three systems³⁰:

- a decision system using the information generated by the operational system for the accomplishment of the scopes;

30 Mirela Niculae, *The Role of the Financial-Accounting Information System in the Matrix of the Entity Functions*, Academic Journal of Economic Studies Vol. 3, No. 3, September 2017, pp. 19–23 ISSN 2393-4913, ISSN On-line 2457-5836

- an information system evaluating the operational performances, on the one side, and collecting data for the information supply of the decision system, on the other side;

an operational system providing the approach of a concrete transformation function of the production factors in assets, works and services, but transforming the made decisions into performances concretized in final outcomes of the entity.

The architectural design of data flow automation should take into account the constraints imposed by large data collections. Attention is paid to implementation issues, hardware constraints, constraints related to processing time.

The key to provocation is the delivery of interesting, actionable data mining data to the end user with a luggage of knowledge in marketing, sales, business development or commerce than in advanced mining data and analytics.

Data Warehouse (DW) is a database that contains data managed and integrated power sources in her operational organization (such as SAP, CRM, ERP). It can gather user's manual entries that establish criteria and parameters for grouping or classification of records³¹.

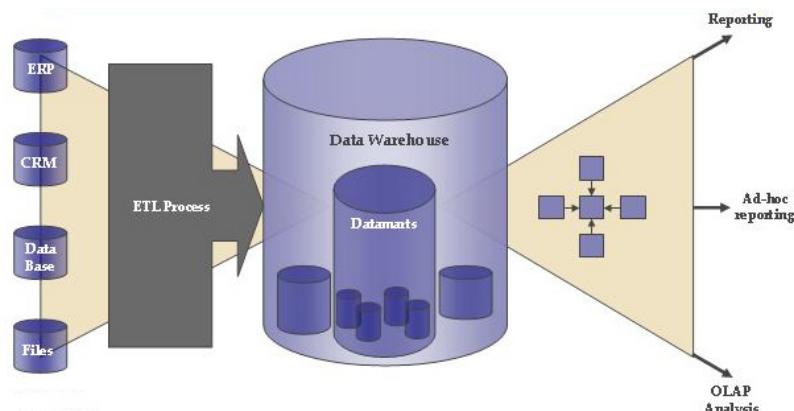


Figure 1 Business Intelligence- Data Warehouse - ETL³²

31 Teodora Vatuiu, Traian Iana, *Use of Business Intelligence in a competitive strategy development of companies*, Yalova University International Conference of Business Students, 2016

32 http://etl-tools.info/en/bi/datawarehouse_concepts.htm

2. The aim of the study

Accounting information is the basis for determining the actual performance indicators the whole of the economic-financial operations or the transactions carried out, as well as the assurance necessary for the development of viable forecasts, context in which it can be considered that the accounting information is the most important component of the economic information system at the level of each organization.

The proposed system to be developed aims to provide a solid basis in assisting decision-making at management level, starting from the data provided by the accounting information system, through its components, and eventually by taking over data from external sources³³.

3. Methodology

The information system and the information it generates, creates value for the entity under the form of increase of the efficiency and of the effectiveness of business and internal structures³⁴.

In carrying out this work we used qualitative research methods considering that qualitative research is based more on textual interpretation, requiring proper definition of the concepts or their scientific substantiation, highlighting the importance of the theme addressed. I believe that qualitative research fits best the field of study to which I directed my view. I say this based on research tools and methods used.

4. Available findings

By the idea of creating a generalized system, it is not only the design of an application that can be used by companies from different economic sectors, but the creation of a system allowing for comparative analyzes of the financial statements of economic agents.

33 Elena Diaconu. *Rolul informației finanțiar-contabile în dezvoltarea durabilă a firmei*, 2015, <http://conferinta.academiacomerciala.ro/>

34 Cardoș, V.D. (2010). Teză de doctorat “Provocările și valențele auditului sistemelor informaționale contabile”, http://doctorat.ubbcluj.ro/_sustinerea_publica/rezumate/2010/contabilitate/Cardos_Val_sile_RO.pdf

The target users could be both enterprise-level decision-makers and firms conducting economic consulting and analysis activities, audit firms, state agencies, or non-governmental organizations conducting studies in the economic field.

Data Warehouse it is one separate database often residing on a different computer together with its specialized software and stand as a base on top of which OLAP and Data Mining can be applied without disturbing transaction processing (see figure 2).

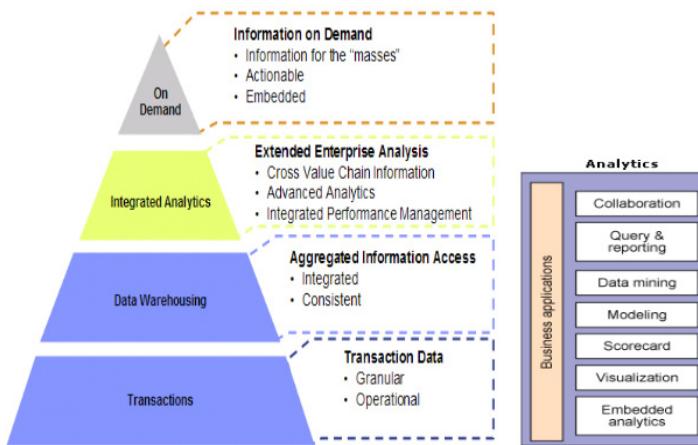


Figure 2 Assisting the decision for the economic activity in the context of the use of the Data Warehouses³⁵

5. The model of a computer system for assisting the decision for the economic activity in the context of the use of the Data Warehouses

5.1 The objectives of the system, identification of data sources and establishment of extraction and transformation processes

By the idea of creating a generalized system, it is not only the design of an application that can be used by companies from different economic sectors, but the creation of a system allowing for comparative analyzes of the financial statements of economic agents.

³⁵ <http://www.ibm.com/developerworks/db2/library/techarticle/dm-0505cullen/index.html>

The target users could be both enterprise-level decision-makers and firms conducting economic consulting and analysis activities, audit firms, state agencies, or non-governmental organizations conducting studies in the economic field.

Achieving a generalized decision-making system in financial accounting activity certainly creates the biggest problems in the stage of establishing data sources and how to extract them. This can be easily justified by the fact that a generalizable system should be implemented regardless of the type of IT systems used in the enterprise or the ERP system used by organizations that have invested in such a solution.

Making a model for the data take-up format needed for the analysis could indicate, at first sight, the use of sources that mostly respect the format of the synthesis documents. Such an approach would limit the capabilities of the system by narrowing the number of available indicators and the generalizable character that we want to give it.

In the case of a generalized model, the system must be able to retrieve these data from operational systems that can present different architectures. Although apparently this operation seems impossible, there is a solution to design a structure that uses common elements in any accounting information system.

Consideration should also be given to the less probable situation at present that for some departments the data is managed using spreadsheet processors rather than relational databases.

For example, it might be possible to memorize situations such as spreadsheets in spreadsheets. As the analysis based on the balance sheet or the profit and loss account implies the operation with the totals in the debit or credit of the accounts at the end of the years, the best solution is to take over the final balances in the data warehouse calculated according to the formulas:

$$\text{Final Debtor Balance} = \text{Initial Debt Balance} + \text{Debtor Run} - \text{Creditor Run}$$

$$\text{Final Loan Balance} = \text{Initial Loan Balance} - \text{Debtor Run} + \text{Creditor Run}$$

The takeover of balances can be made from checking balances or from other situations where the rapid acquisition should not be a problem, regardless of the accounting software used in the enterprise.

The generalizable nature of the system implies the possibility of configuring the system to take over balances for several companies or subsidiaries of the same company in order to perform comparative analyzes.

The takeover solution (at the synthetic account level) will not limit the system from the point of view of further development, by incorporating in the models model new analysis models or synthetic indicators requested by the users.

In the following figure is briefly schematized the presentation of data sources for the data warehouse, and we will continue to propose models of structures for the necessary data that can not be determined based on the balances in the accounting.

It is obvious that such a solution will generate a data warehouse with larger storage needs than the alternative of developing a data warehouse based on balance sheets.

This should not be a major problem, as the deposit will be incomparably less voluminous than in the case of a system dedicated to the analysis of product marketing. Another possible difficulty could be caused by the higher response time for the calculation of complex analysis formula indicators.

In these cases, cumulative balances should be required by groups or classes of accounts and then integrating the results as terms in the calculation formulas. In this respect, we will study the possibility of additional data synthesis, aimed exclusively at the precalculation of the most commonly used indicators or their component parts.

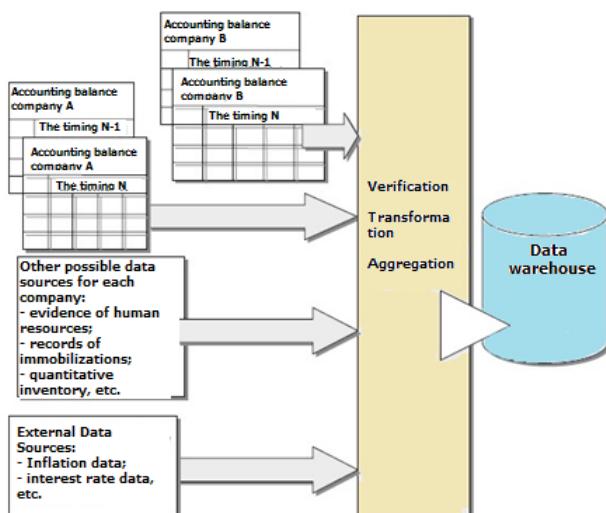


Figure 3 Data sources possible for Data Warehouse

Of course, as shown in the study of the previously described analysis models, there are certain methods and indicators that are not based only on the amounts in the verification balances, and for these cases, separate approaches will be needed.

Multidimensional modeling and setting of dimensional hierarchies and measures

Multidimensional modeling provides denormalization techniques for databases structures to develop appropriate models for assisting decision-making.

Although the realization of a multidimensional model based on a relational scheme is not possible under the design of a generalizable system, since there is no homogeneity between the structures of the databases operated by the various financial accounting applications or ERP systems, we will continue to attempt to summarize a possible denormalization from a hypothetical model.

Transaction processing systems (OLTP) for accounting use mostly use the relational data modeling model. Normalized structures allow operating systems to store large amounts of data, but may have shortcomings in terms of response time and how information is being played back when used in decision-making.

The following figure (Figure 4) shows the simplified model of an operational database for the company's financial accounting.

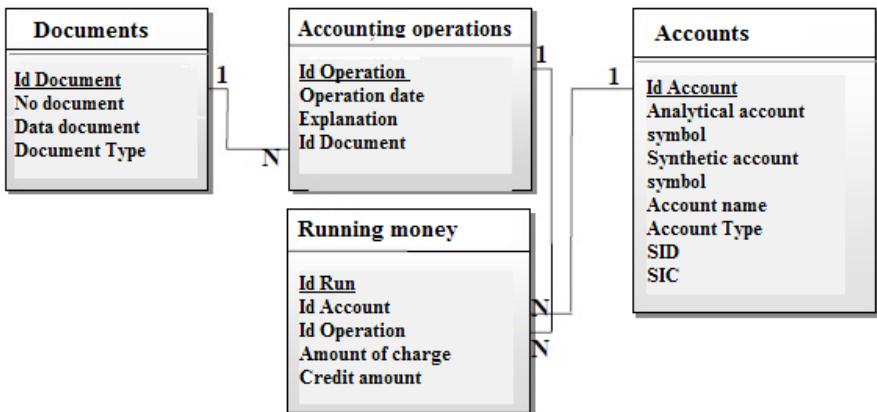


Figure 4 Operational database for company financial accounting

Starting from the analysis of the objectives of the system and taking into consideration the information requirements of the potential users (assisting the decision on the basis of comparative analyzes both in time and among the companies' results), we have established the existence of three dimensions with alternative hierarchies:

- 1) Time Dimension;
- 2) Company size;
- 3) Accounting Dimension.

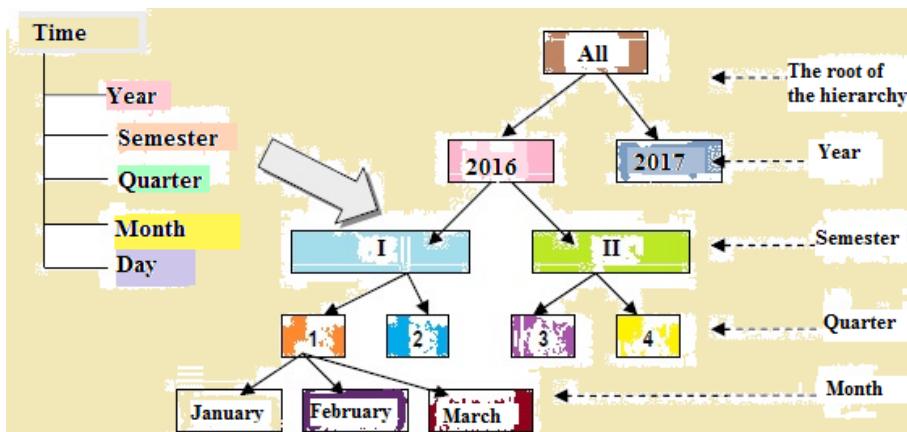


Figure 5 The structure of a time hierarchy

Taking into account both the periodicity of the accounting reports and the current data needs for assisting the decision based on some analyzes that capture the changes of the values for the main indicators in a timely manner, for the Time dimension, we propose the following hierarchy, with the observation that the Day Level did not has been included in the hierarchical structure of the time dimension, as it is unlikely that day-to-day analyzes are likely to be carried out, but also because obtaining transactional systems of situations regarding the daily running of income and expense accounts would lead to irrelevant results, provided that their recording in the accounts can be made at a different date, and these accounts are closed periodically through account 121 Profit or loss.

A day-by-day analysis may be useful for firms that operate in extremely dynamic areas, and could be applied to analytical indicators such as stock speeds,

but in these situations the analysis would go beyond the proposed system to be achieved.

The second dimension (firms) is designed to facilitate comparative analyzes for performance indicators, or even for patrimonial structure indicators.

This dimension is primarily intended for users who will use the data warehouse to assist with the investment decision or macroeconomic studies (potential investors, financial administrations, government agencies, or governmental organizations).

Useful for benchmarking of business profitability and even patrimonial structure would be adding a business hierarchy to allow the design of analysis indicators by business categories relevant to the size of the business and, consequently, the influence on the market.

Such a dimension can be achieved by aggregating existing data in the warehouse in order to determine the turnover of the firm possibly correlated with the number of permanent employees. For the hierarchical layout of the chart of accounts and the functional type of accounts, a dimension dedicated to accounting classifications will be defined.

The size hierarchies of accounts will be of significant importance in the subsequent aggregation of data for the computation of the synthesis indicators.

In a later stage, complex tools will be implemented to achieve the proposed objectives, such as neural networks and fuzzy logic, using data warehouses, datamining techniques and OLAP.

6. Analysis of the impact of information technology on the accounting system

Information technology changes the way companies perform their business in its essential aspects, related to structure, objectives, strategies and human resources. Due to its competitive advantage, it is widely used in all business environments. It offers new functions and tools for accounting procedures, resulting in positive changes in the accounting profession.

The advantages of computerized financial data processing are the rapid access to appropriate accounts, the detailed representation of financial information, which can be readily printed or transmitted online at any time, as well as better error detection and more efficient control of information.

Despite the divergences between rich and poor economies in the world³⁶, today, any country can afford to purchase computers, printers, faxes and other technical devices at reasonable prices.

Through new technologies that spread throughout the world, data is collected on a common basis, facilitating timely access to coherent information and improving the capacity to analyze it.

Information technology allows accounting firms to enter new markets and have better links with current and potential customers. Backbone systems contain a pre-programmed basic structure and a final interface, tailored to the needs of the customer. In contrast, vendor systems are personalized, designed for a particular customer.

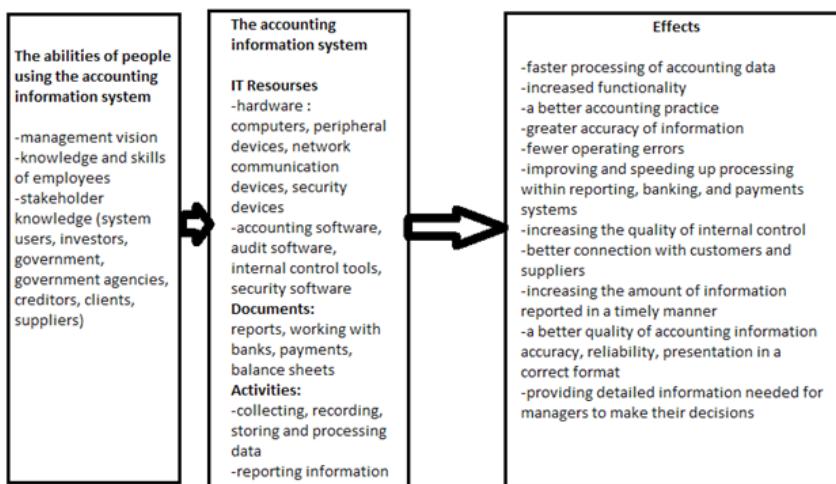


Fig. 6 User skills, the informational account system and its effects on the accounting system³⁷

36 Diego A. Comin, Martí Mestieri Ferrer, *If Technology Has Arrived Everywhere, Why has Income Diverged?* National Bureau of Economic Research 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138 May 2013, Working Paper 19010, <http://www.nber.org/papers/w19010>

37 Prodan Palade, D., Tanasă F.E (2016). Impactul tehnologiilor informaționale asupra sistemelor de contabilitate, CECCAR BusinessMagazine, nr.24, <http://www.ceccarbusinessmagazine.ro/impactul-tehnologiilor-informationale-asupra-sistemelor-de-contabilitate-a925/>

Intensive use of emails and Excel spreadsheets for both accounting and financial reporting, text processing tools, accounting software, and auditing can be mentioned among the main challenges and opportunities offered by IT use.

At the same time, IT resources can reduce the accounting costs borne by the entity by eliminating redundant tasks, migrating high cost procedures into an online environment³⁸, and by using outsourcing services.

IT usage can improve lean accounting, which means eliminating all types of unnecessary items in the accounting system such as redundant and time-consuming transactions. This will lead to a better organization of business activity by focusing on its core objectives and customer requirements³⁹.

Chris Forman and Kristina McElheran have found that IT investments promoted at the same time by suppliers and company customers have caused a decline in vertically integrating entities⁴⁰.

Another paradigm, cloud accounting, that is, the use of accounting software hosted on remote servers, has many positive effects on the company. These include efficiency, faster processing speed and accuracy, more efficient use of hardware and software resources.

In the audit work, using computer assisted auditing techniques (CAATs), it can be deployed continuously and simultaneously, making it more efficient.

By using information technology, the mathematical errors created by the manual recording of accounting records are reduced. As a result of using specialized accounting software, financial reports can be generated easily and in a timely manner⁴¹.

They can thus obtain financial information at the right time, allowing managers to make the best decisions and improve the company's competitiveness.

38 Lim, F.P.C., *Impact of Information Technology on Accounting Systems*, AJMAHS, vol. 3, nr. 2, pp. 93-106, http://www.sersc.org/journals/AJMAHS/vol3_no2_2013/6.pdf, 2013;

39 Kennedy, F.A., Brewer, P.C., *Lean Accounting: What's It All About?*, Strategic Finance, vol. 87, nr. 5, pp. 26-34, 2005;

40 Chris Forman Kristina McElheran, Information Technology and Boundary of the Firm: Evidence from Plant-Level Data, Harvard Business School, 2012, <https://pdfs.semanticscholar.org/0c56/9a-96b1571aa33289d791b77673bad885786d.pdf>

41 Anucha Thapayom, Phaprukbaramee Ussahawanitchakit, *Accounting information system excellence and goal achievement: evidence from information and communication technology businesses in Thailand*, The Business and Management Review, Volume 7 Number 1, November, 2015 <https://pdfs.semanticscholar.org/643d/5b726d46068b7efe7027723655cee29095e0.pdf>

Conclusions

In the current economic and social context, it is obviously the role of IT systems in managing all data, information and knowledge used by entities to achieve their business objectives, in line with their mission and strategies.

Information technologies have encouraged the implementation of new models, such as neural networks, that are more precise and do not use restrictive assumptions in classic regression models.

For example, with integrated software for financial institutions, Dennis Campbell and Maria Loumioti have found multiple benefits of credit relationships for both creditors and debtors.⁴²

At the present, statistical diagnosis and financial performance analysis of companies using information technologies are subjects of major concern. Frequently used models are based on multilinear regression equations, according to which a dependent variable is expressed as a linear combination of one or more independent variables.

However, the economic variables used in the financial analysis are non-linear and therefore linear regression models are not a true modeling of economic phenomena. At the same time, statistical analysis software tools remove extreme values from the sample, thus leading to a distortion of reality⁴³.

ACKNOWLEDGEMENTS: This work was supported by a grant of the Romanian Minister of Research and Innovation, CCCDI – UEFISCDI, project number PN-III-P1-1.2-PCCDI-2017-0404 / 31PCCDI/2018, within PNCDI III.

References

- [1] Albescu F., Zaharie D., Bojan I., Ivancenco V., *Sisteme informaticice pentru asistarea deciziei*, Editura Dual Tech, 2001;
- [2] Andone I., Țugui A. *Baze de date inteligente în managementul firmei* Ed. Dosoftei, Iași, 2007

42 Dennis Campbell, Maria Loumioti , *Monitoring and the Portability of Soft Information*, Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper No. 13-077, 2013

43 Gallani, S., Krishnan, R., Wooldridge, J.M., *Applications of Fractional Response Model to the Study of Bounded Dependent Variables in Accounting Research*, Working Paper, nr.16-016, Harvard Business School, SUA, 2015

- [3] Alexandru M.- Sistemul informatic pentru modelarea deciziei financiar contabile Ed. Artifex, 2008
- [4] Campbell D., Loumioti M, Monitoring and the Portability of Soft Information Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper No. 13-077, 2013. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2233467> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2233467>
- [5] Davidescu N., Proiectarea sistemelor informatice financiar-bancare, vol. I+II Ed. All Beck, Bucureşti, 2011
- [6] Diaconu, E., Rolul informației financiar-contabile în dezvoltarea durabilă a firmei, 2015. <http://conferinta.academiacomerciala.ro/CD2015/articole/1/rolul%20informatiei%20financila%20a%20firmei%20Diaconu.pdf>
- [7] Diego A. Comin, Martí Mestieri Ferrer, If Technology Has Arrived Everywhere, Why has Income Diverged? National Bureau of Economic Research 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138 May 2013, Working Paper 19010, <http://www.nber.org/papers/w19010>
- [8] Fotache, D., Hurbean, L. – Soluții informatice integrate pentru gestiunea afacerilor – ERP, Editura Economică, Bucureşti, 2004,
- [9] Gallani, S., Krishnan, R., Wooldridge, J.M. (2015), Applications of Fractional Response Model to the Study of Bounded Dependent Variables in Accounting Research, Working Paper, nr.16-016, Harvard Business School, SUA.
- [10] Kennedy, F.A., Brewer, P.C), Lean Accounting: What's It All About?, Strategic Finance, vol. 87, nr. 5, pp. 26-34, 2005;
- [11] Lim, F.P.C., Impact of Information Technology on Accounting Systems, AJMAHS, vol. 3, nr. 2, pp. 93-106, http://www.sersc.org/journals/AJMAHS/vol3_no2_2013/6.pdf, 2013;
- [12] Lungu I., Sisteme informatice executive – Editura ASE, Bucuresti, 2005,
- [13] Mărincaş, D.A., eSCM - Intelligent Collaborative Decision Support System, Economy Informatics Vol 10/No. 1/2010
- [14] Niculae M., The Role of the Financial-Accounting Information System in the Matrix of the Entity Functions, Academic Journal of Economic Studies Vol. 3, No. 3, September 2017, pp. 19–23 ISSN 2393-4913, ISSN On-line 2457-5836;
- [15] Radu, I.; Ursăcescu, M.;Vlădeanu, D.; Cioc, M.; Burlacu, S., Informatică și management, O cale spre performanță, Editura Universitară, Bucureşti, 2005.
- [16] Stanciu V., Proiectarea sistemelor informatice. Ed. DualTech, Bucureşti, 2003

- [17] řoavă Ge., Sisteme informaticice pentru contabilitate, Editura Mirton, 2003
- [18] Tumbăr C., Vărzaru M., Crăciun I., Ogarcă R., Management și gestiune pentru simulări decizionale, Editura Universitară, Craiova, 2007
- [19] Thapayom, A., Ussahawanitchakit, P., Accounting Information System Excellence and Goal Achievement: Evidence from Information and Communication Technology Businesses in Thailand, The Business and Management Review, vol. 7, nr. 1, 2015, pp. 309-321.
- [20] Udrică M., Date și prelucrări în conducerea strategică a firmei. Ed. Best publishing, București, 2004,
- [21] Udrica M., Vatuuiu T., Varjoghe A. S., Lipcanu A. I., Sisteme informaticice economice – probleme si solutii, Editura Hamangiu, Bucuresti, 2014
- [22] Vătuuiu Teodora, Ghencea Adrian, Popeangă Vasile Nicolae, The integration and interactivity of computer applications, a fundamental requirement for creating and maintaining the competitive advantage of organizations, 3rd International Conference on Future Computer and Communication (ICFCC 2011), Iași, 2011
- [23] Vătuuiu T., Vaduva Fl., Udrică M., Improving the Management of Romanian SMEs Through the use of Informatic Systems, Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, Vol. IV, Issue 3, 2014, disponibil la <http://www.scientificpapers.org/>
- [24] Vătuuiu T., Iana T., Use of Business Intelligence in a Competitive Strategy Development of Companies, Yalova University International Conference of Business Students, 2016
- [25] Vatuuiu T., Dinucă E. Cl., Iana T., The impact of information technologies on accounting systems, Proceedings of the 11th International Conference „Education and Creativity for a Knowledge Based Society”, ISSN 2248-0064, November 17 - 19, 2016, Bucuresti
- [26] Vătuuiu T., Dinucă E. Cl., The Benefits of ERP versus standalone Business Applications, Proceedings of the 10th International Conference „Education and Creativity for a Knowledge Based Society”, ISSN 2248-0064, November 17 - 19, 2016, Bucuresti
- [27] Yılmaz B., Yılmaz Ö., Akmeše H., The Role of Accounting Information System in Business in Terms of Corporate Governance and Social Responsibility of Accounting in Crisis Periods and a Research, 2nd Multidisciplinary Conference, Madrid, Spain 2-4 November, 2016
- [28] www.datawarehouse.ittoolbox.com- Portal informational dedicat instrumentelor software pentru asistarea deciziei

Lojistik Sektöründe Farklı Bir Uygulama: Butik Lojistik

Doç. Dr. Fahri ERENEL, Halit KAYA

İstinye Üniversitesi - Altınbaş Üniversitesi
ferenel@istinye.edu.tr - hltky550@gmail.com

Özet

Toplam kalite yönetimi yaklaşımıyla birlikte, yönetim literatürü'ün de birçok yeni kavramlar yer almaya başlamıştır. Bunlar arasında; süreç ve müşteri odaklı olmak öncelikli ve önem verilen kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki kavramın günümüzde önem kazanmasının nedenleri arasında; işletme yönetimince tam anlaşılıp uygulandığında, işletmenin alanında rakiplerine göre rekabet avantajı sağlama söz konusu olabileceği gibi, işletmenin yaşam süresinin uzamasına da katkı sağlayabilecektir. Süreç odaklı çalışan işletmeler; bilim ve teknolojideki gelişmeleri, müşteri ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçların gelecekte alabilecekleri şekli yakından takip etmek ve süratle uygulamaya koymak zorundadırlar. Entellektüel sermayenin en önemli unsurlarından biri olan müşteri sermayesi, en zor ulaşılan ve aynı zamanda elde tutulması da en zor olandır.

İşletmelerin; müşteri sermayesinin en önemli unsuru'nun bilgi olduğunu dikkate alarak, müşteri ile birlikte çalışmaları, ürün ve hizmet üretme sürecinde müşteriye yetki vermeleri, müşteriye özel mal ve hizmet üretmeleri, proaktif davranışarak pazar koşullarına kolay yanıt vermeleri müşteri bağlılığını artıracak olacaktır. Her sektörde olduğu gibi lojistik sektöründe de müşteri odaklılık önemli bir yere sahiptir. Lojistik işletmelerin, inovasyon çalışmalarına ağırlık vermeleri ve teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri, müşteri ilişkilerini geliştirmeleri müşteri sermayelerine olumlu katkı sağlayabilecektir. Bu bağlamda "Butik Lojistik" kavramı farklı bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletme ve müşteri arasında normal çalışma şartları ve uygulamaları dışında, özel veya spesifik bir lojistik faaliyetin daha önce uygulamada olmayan, ancak işletme tarafından sadece, hizmet verdiği müşteri için uygulamaya koymuş bir hizmet şekli olarak tanımlanan Butik Lojistik ile lojistik işletmelerinde kaliteli hizmet alamayan, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin, hizmet kalitelerinin artırılması, memnuniyet oranlarının yükseltilmesi, alışlagelmiş lojistik hizmetlerinin dışında özel ve butik hizmet verilerek müşteri sadakatının sağlanması hedeflenmektedir. Bu çalışma

ile Butik Lojistiğin ilk uygulayıcılarından olan Sürat Lojistik A.Ş. yöneticileri ile yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve uygulama yöntemleri, işletmeye sağladığı katkı ve diğer boyutları incelenmiştir. İnceleme sonucunda; bu yöntemin sadece kar amaçlı olmadığı, beşeri ilişkileri de geliştirmeyi sağladığı, özel lojistik teslimatlar, depo içi özel uygulamalar, maliyet düşürücü çalışmalar, lojistik danışmanlık vb. yöntemlerle işletmeye rakiplerine göre bir avantaj sağladığını belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Odaklılık, Lojistik, Butik Lojistik, Hizmet, Tedarikçi Sadakati,

JEL Kodu: D21

A Different Application in the Logistics Sector: Boutique Logistics

Abstract

Along with the total quality management approach, the management literature is beginning to include many new concepts. These include; process and customer-oriented are confronted as concepts that are given priority and importance. Among the reasons why these two concepts gain importance today; if fully understood and applied in business management, it may be possible to provide competitive advantage according to the competitors in the field of the operator, or it may contribute to the longevity of the life of the business. Process-oriented businesses; the developments in science and technology have to follow customer needs and the way that these needs can take place in the future and put them into practice rapidly. Customer capital, which is one of the most important elements of intelligent capital, is the hardest to reach and the hardest to hold at the same time.

Considering that the most important element of the client's capital is the information of the enterprises, working together with the customer, empowering the customer in the process of producing products and services, producing special goods and services for the customers and responding easily to market conditions by acting proactively can increase customer loyalty. As in every sector, customer orientation is an important factor in the logistics sector. Logistics companies should focus on innovation studies and keep up with technological developments and develop customer relations can contribute positively to customer capital. In this context, the concept of "Boutique Logistics" emerges as a different applica-

tion. In addition to the normal working conditions and applications between the business and the customer, a special or specific logistics activity is defined as a service that is not implemented before but applied only by the business to the customer that it serves. With Logistics, it is aimed to increase the quality of services, increase the satisfaction rates, to provide customer loyalty by providing special and boutique services besides conventional logistics services. With this study, the first practitioners of Boutique Logistics, Sürat Logistics A.Ş. managers were interviewed and their implementation methods, contribution to the operation and other dimensions were examined. As a result of the investigation; special logistics deliveries, special in-store applications, cost-cutting exercises, logistics consultancy, etc. that this method is not merely for profit, it has been determined that it provides an advantage over the opponents in terms of methods.

Keywords: Customer Focus, Logistics, Boutique Logistics, Service, Supplier loyalty

JELCode: D21

1. Butik Kavramı

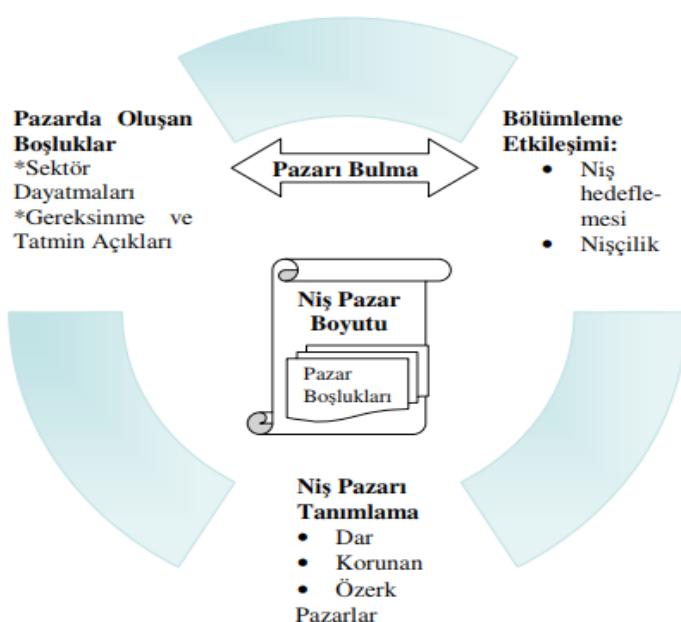
Butik kelimesi Türk Dil Kurumu tanımı ile; giyim ve süs eşyası satan dükkan olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım; butik kavramının, bireyin özelinde satın aldığı ürün veya eşya olarak tanımlandığı göstermektedir. Butik kavramı bugün bir çok hizmet sektörü alanına girmış ve bu alan dahilinde müşteri odaklı faaliyetler bütünü içinde değerlendirilmektedir. Bunlardan biri Türk Dil Kurumunun da bizzat tanımladığı, "Butik Otel" dir.

Butik Otel: "Seçkin müşterileri için, kendilerini evlerinde hissedebilecek konforu sağlayan, oda sayısı az, sık bir otel türü" olarak tanımlanmaktadır.

Hizmet sektörü gelişikçe Butik kavramı bir çok alanda görülmeye başlamıştır. Bu hizmet alanları arasında;

- a. Tarım Sektorü: Butik Üretim,
- b. Eğitim-Öğretim: Butik Dershane/Butik Üniversite
- c. Perakende Sektorü: Butik Mağaza
- ç. Sağlık Sektorü: Butik Hastane/Butik Ortopedi
- d. Gıda Sektorü: Butik Lokanta
- e. Turizm Sektorü: Butik Otel gibi faaliyet alanlarını saymak mümkündür.

İkinci Dünya savaşından sonra işletmeler, müşteri veya tüketici ihtiyaçlarının değişmesi, farklılık göstermesi ile birlikte hizmet üretmekte zorluk yaşamışlardır. Bu sebeple farklı hizmet arayışları, müşteri memnuniyetini arttırıcı gelişimler ve stratejiler bulmaya çalışmışlardır. Geliştirilen ve ortaya atılan stratejilerden birisi de niş pazarlamadır. Niş Pazarlamanın temel amacı, müşteri taleplerini doğru anlamak ve karşılamak, ayrıca beşeri ilişkileri geliştirerek müşteri ile güçlü bağlar kurmaktadır. Niş pazarlama aynı zamanda rekabetten uzak, çok karlı fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlar müşterilerin alacağı özel hizmet koşulları ile belirlenmekte ve uygulanmaktadır.



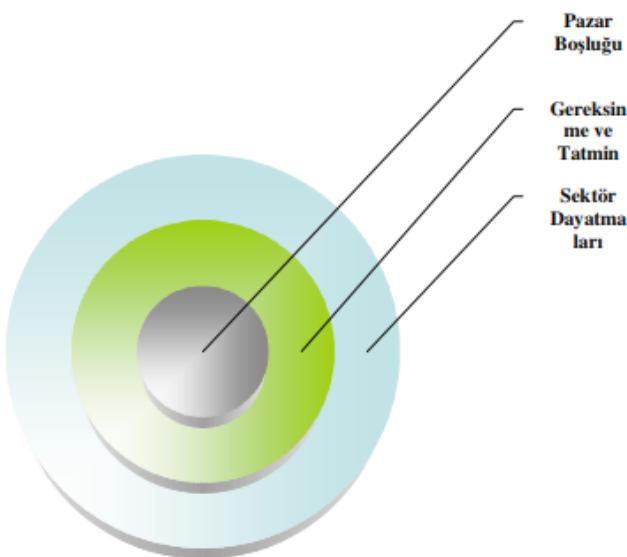
Şekil 1: Niş Pazar Boyutunda Temel Etkenler

Emek-yoğun bir sürecin yaşadığı lojistik sektöründe, müşteri odaklı hizmet anlayışı, hizmeti veren ve hizmeti alan odaklı olarak devamlı bir etkileşim halindedir. Lojistik firmaları, müşterileri varoldukça, hizmet kaliteleri en üst seviyede oldukça varlıklarını sürdürbileceklerdir. Devamlı bir inovasyon, lojistik

firmaları için olmazsa olmazdır. Lojistik hizmet alan, nihai, endüstriyel, üretim veya dış ticaret firmaları bekleyenlerinin karşılanması yönünde her zaman bir takip içindediler.

2. Lojistik Sektöründe Butik Hizmet Boşluğu

Lojistik hizmet alımının doğru olarak algılanması için bir çok fonksiyonun doğru olarak işletilmesi gerekmektedir. Bunlar; doğru ürün, tam miktarda, en uygun şartlarda, doğru yere, tam istenilen zamanda, doğru alıcıya ve uygun maliyette sağlanmasıdır.



Şekil 2: Pazar Boşluğu Odağının Kaynakları ve Çevreleyen Faktörler.

Lojistik odaklı müşterilerin bekleyenleri, verilen hizmet dışında beklenen farklı hizmetlerdir. Bu hizmetlerin diğer rakip firmalar tarafından verilip, verilmemiği, halihazırda hizmet alınan lojistik şirketinin müşteri bekleyenleri doğrultusunda hizmet verebilme kabiliyetleri gibi unsurlar butik bir lojistik hizmet vermek noktasında ki ana kísticaslardır. Özellikle orta ve küçük ölçekli firmaların hizmet alımlarında yaşamış olduğu problemler, istenilen seviyede olmayan bekleyenleri,

firmaları kendilerine özel hizmet sunacak tedarikçilere yönlendirmektedir. Hizmet veren her sektörde olduğu gibi, lojistik sektöründen, hizmet alanın beklentisi, kendisi için oluşan lojistik aksiyonlarda her türlü çözüm odaklı yaklaşım tarzının bulunması, sorunlara duyarsız kalınmamasıdır. Lojistik sektöründe kullanımın her türlü aksiyon, yukarıda kısmende olsa dejindiğimiz Niş Pazarlama şeklinde kendini göstermektedir.

Lojistik depolama hizmeti alan bir müşterinin talebi doğrultusunda, tozlanma veya kirlenmeye karşı alınan önlemleri gösteren bir fotoğrafa aşağıda yer verilmiştir. Bu örnekte depo içinde toz olmamasına rağmen müşteri ürünlerine ekstra streçleme talep etmiş, depolamanın bu şekilde yapılmasını istemiştir.



Resim 1: Firma: Ovenon Madeni Yağları Ltd.Şti

Bu bilgiler ışığında; Lojistik işletmelerin; müşteri sermayesinin en önemli unsurunun bilgi olduğunu dikkate alarak, müşteri ile birlikte çalışmaları, ürün ve hizmet üretme sürecinde müşteriye yetki vermeleri, müşteriye özel mal ve hizmet üretmeleri, proaktif davranışarak pazar koşullarına kolay yanıt vermeleri müşteri bağlılığını artıtabilecektir.

Her sektörde olduğu gibi lojistik sektöründe de müşteri odaklılık önemli bir yere sahiptir. Lojistik işletmelerin, inovasyon çalışmalarına ağırlık vermeleri ve teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri, müşteri ilişkilerini geliştirmeleri

müşteri sermayelerine olumlu katkı sağlayabilecektir. Bu bağlamda “Butik Lojistik” kavramı farklı bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. Butik Lojistikten Beklenen Amaç:

Butik Lojistik ile lojistik işletmelerinde kaliteli hizmet alamayan, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin, hizmet kalitelerinin arttırılması, memnuniyet oranlarının yükseltilmesi, alışlagelmiş lojistik hizmetlerin dışında özel ve butik hizmet verilerek müşteri sadakatının sağlanması ve arttırılması hedeflenmektedir.

4. Butik Lojistik Hizmet Anlayışının Müşteri Odaklı Sonuçları:

- a. Müşterinin, lojistik hizmet memnuniyeti artmıştır.
- b. Daha önce almadığı birçok hizmeti almaya başlamıştır.
- c. Lojistik tedarikçiye olan sadakati artmıştır.
- ç. Küçük ölçekli bir şirket olmasından dolayı, daha önce hizmet aldığı lojistik şirketlerinde kendisine uygulanan eksik hizmet sunma anlayışı son bulmuştur.
- d. Tüm lojistik hizmetini tek firmadan alma durumu oluşmuştur.
- e. Butik Hizmet fiyatları, piyasa şartlarının üstünde bile olsa hizmet alan firmalar tarafından kabul görmektedir.

Kaynakça

Bedrettin, B.(2017) Havacılık ulaşımında niş pazarlama stratejilerinin kullanılması. (yüksek lisans tezi) İzmir Katip Çelebi Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme Anabilim Dalı, İzmir

Dedeoğlu, D. (2007) Niş pazarlama sisteminin üç boyutlu işleyisi ile sistemin yapılandırılması ve Eczacıbaşı Vitra'daki uygulama. (yüksek lisans tezi) Anadolu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir

Kayıpınar, Ö. (2016) Lojistik hizmet kalitesi ile firma performansı arasındaki ilişkide lojistik performansı ve teknoloji düzeyinin rolü. (doktora tezi) Trakya Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme Anabilim Dalı, Edirne

Ergen, FH. (2013) Algılanan lojistik hizmet düzeyi ile marka sadakati arasındaki ilişki: E-ticaret alanında bir araştırma (yüksek lisans tezi) Yıldız Teknik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme Anabilimdalı, İstanbul

Developing a logistics service quality scale John T Mentzer; Daniel J Flint; John L Kent
01/01/1999 Journal of Business Logistics 9 Copyright UMI Company 1999. All Rights
Reserved. Copyright Council of Logistics Management 1999

John T. Mentzer, Daniel J. Flint, G. Tomas M. Hult (2001) Segmenten Özelleştirilmiş
Süreç Olarak Lojistik Hizmet Kalitesi. Pazarlama Dergisi: Ekim 2001, Vol. 65, No.
4, s. 82-104.

Jari Juga , Jouni Juntunen , David B. Grant , (2010) «Hizmet kalitesi ve lojistik dış kaynak
ilişkilerinde memnuniyet ve sadakat ile ilişkisi», Hizmet Kalitesini Yönetme: Ulusla-
rası DergiVol. 20 Sayı: 6, sayfa 496-510, <https://doi.org/10.1108/09604521011092857>

Irene Gil Saura , David Servera Francés , Gloria Berenguer Contrío , María Fuentes Blasco ,
(2008) «Lojistik hizmet kalitesi: sadakat için yeni bir yol», Endüstriyel Yönetim ve Veri
SistemleriVol. 108 Sayı: 5, sayfa.650-668, <https://doi.org/10.1108/02635570810876778>

Savunma Tedarik Projelerinde Program Yönetimi Yaklaşımının Uygulanabilirliği

Özhan EREN, Doç. Dr.Fahri ERENEL,

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, İstinye Üniversitesi

ozhaneren87@gmail.com, ferenel@istinye.edu.tr

Özet

Savunma sistemlerini geliştirme ve tedarik süreci, ülkelerin sahip olduğu en yüksek teknolojinin kullanılmasını, bütçe, yetişmiş insan gücü ve diğer unsurların eşzamanlı planlanarak aktarılmasını ve birçok kurumun katılımını gerektiren uzun ve karmaşık girişimleri içerir. Tehditlerin belirsizliği ve değişkenliği dolayısıyla söz konusu girişimlerin gerek sayısının, gerekse karmaşıklık seviyesinin artması, savunma projelerinde, dolayısıyla ülkelerin sahip olmayı planladığı savunma yeteneklerinde saptalar yaşanmasına neden olabilmektedir. Bu durum, savunma planlama sürecinde görevli paydaşların kurum içi ve kurumlar arası birtakım düzenlemeler yapmasını gerekliliğe kilitmektedir. Çalışmada, çok sayıda projenin ortak bir fayda gözetilerek merkezi bir anlayışla yönetilmesi olarak özetlenebilecek program yönetimi anlayışının, savunma projelerinde uygulanabilirliği incelenmiştir. Gerçekleştirilen bazı proje ve program uygulamalarında yaşanan saptalar, uluslararası program yönetimi standartlarından yola çıkılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, ülkemizin savunma tedarik sürecinde, program yönetimine ilişkin yaşanan sorunları ve gerçekleştirilen çalışmaları ortaya koymak, çözüme yönelik öneriler sunmak maksadıyla, araştırma yöntemi olarak derinlemesine görüşme süreci planlanmıştır. Savunma sanayiinin kamu ve özel sektörde faaliyet gösteren temsilcileri ve ilgili uzman kişilerle gerçekleştirilen görüşmelerden yararlanarak, savunma programlarını kurumlar üstü bir yaklaşımla, diğer paydaşlarla işbirliği içinde, program عمر devri boyunca yönetebilecek bir program odaklı Savunma Kaynak Planlama ve Yönetim Modeli önerilmiştir. Sonuç olarak, askeri kurumların yanı sıra üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının, tedarik kurumlarının ve savunma sanayii temsilcilerinin matriks bir ilişkiler ağı oluşturularak projelerin yönetiminde sorumluluk alması ve ülkelere özgü bir savunma program yönetimi yapısının oluşturulmasına yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur. Program yönetimi anlayışının savunma projelerinde uygulanabilirliğinin, proje yönetiminde kurum

ve ülke çapında belirli bir olgunluğa ulaşmasına, proje ve program altyapısına sahip yetişmiş program ekibine, harekat önceliklerini ve program yönetim felsefesini esas olarak programın başarısına katkı sağlayacak bir denetim anlayışına ve yıllar süren program sürecinde değişime esneklik tanıyan yasal düzenlemelere, özellikle risk, fayda, paydaş ve stratejik ilişkiler yönetimi anlayışının tüm paydaşları kapsayacak şekilde kültürel olarak yerleşmesine bağlı olduğu değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Savunma Sanayii, Savunma Tedariki, Program Yönetimi, Proje Yönetimi, Tedarik Sapmaları.

JEL Kodu: L52

* Bu çalışma, Özhan EREN tarafından hazırlanan ve 26 Mayıs 2015 tarihinde kabul edilen “Savunma Tedarik Projelerinde Sapmaların Önlenmesi Maksadıyla Program Yönetimi Yaklaşımının Uygulanabilirliği” adlı yüksek lisans tezinden yararlanarak hazırlanmıştır.

The Applicability of Program Management Approach in the Defense Acquisition Projects

Abstract

Defense acquisition process necessitates long-term coordinated efforts, the most advanced technologies and qualified human resources along with the contribution of a wide range of shareholders under financial constraints. Subject efforts and defense capabilities that countries wish to attain may face with deviations due to high complexity and increasing numbers because of unstable and uncertain threat environment. This leads the actors who take part in defense planning process to re-organize themselves in accordance with these challenges. This study aims to look into the program management approach, which can be defined as managing relevant projects centrally by focusing on the interdependencies of projects to reach common benefits, in detail in order to implement it in defense sector. Deviations in some major defense programs have been scanned and a number of inferences have been made by the help of international program management standards of PMI. In this regard, a depth-interview method have been conducted to assess the awareness level and background of program management philosophy in Turkey to infer about the compatibility of program management in defense planning process. With the help of comments of professionals working in government and private sector, an alternative governance model ‘Defense Resource Planning and

Management Model' which is based on the program management concept has been proposed in order to manage defense resources in a more organized way. Consequently, a number of inferences about the applicability of program management approach and the possibility of having military organisations, defense industry organisations, universities and research organisations collaborate in a matrix organisation scheme have been made in consideration of this research and interviews. In the end, reaching enough maturity at project management principles throughout the country and organisations, having sufficient qualified human resources in project/program field and inspection mechanisms which consider operational priorities and program management philosophy significant for the purpose of allowing the program efforts to succeed in the end, arranging the legal regulations in accordance with the long-term program initiatives needing to be managed inasmuch flexible manner as possible and establishing culture of risk, benefit, shareholders and strategical relations management in every relevant actor are considered to be the most prominent fields that affect the applicability of program management approach in defense environment in a proper manner.

Keywords: Defense Industry, Defense Acquisition, Program Management, Project Management. Acquisition Deviations.

JEL Code: L52

1. Giriş

Savunma sistemlerini geliştirme ve tedarik süreci, uzun zaman alan ve karmaşık girişimleri kapsar. Söz konusu girişimler, ülkelerin sahip olduğu son teknolojinin, insan kaynaklarının, bütçenin ve diğer faktörlerin birden fazla kurum ve kuruluşun katılımıyla kullanılmasını gerektirir. Bunun yanında, tehditlerin değişken ve belirsiz yapısı, bu karmaşık yapının yönetiminde sorunların yaşanmasına ve neticede geliştirme projelerinde saptılara yol açmaktadır. Söz konusu saptımlar sonraki bölümde ele alınacaktır.

Teknolojik sınırlılıklar ve iç/dış paydaşların teknik, yönetsel ve yasal açıdan yönetim zorunluluğu, özel yönetim metodolojilerinin uygulanmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle büyük çaplı savunma sistem projelerinde zaman, para ve performans kısıtları bu ihtiyacı daha zorunlu bir hale getirmektedir.

Bu kapsamında, PMI (Project Management Institute) tarafından standartları belirlenmiş olan ve "birden fazla projenin ortak bir fayda elde etmek üzere birlikte yönetimi" olarak tanımlanan program yönetimi yaklaşımının savunma sektöründe

olumlu bir katkı yapabileceği değerlendirilmektedir. PMI tarafından tanımlanan çerçevede program yönetimi yaklaşımının karakteristik özellikleri ve klasik proje yönetiminden organizasyonel açıdan farkları incelenmiştir.

Dördüncü bölümde, Türkiye'de proje yönetimi alanında görev alan profesyoneller ile program yönetimi konusundaki farkındalık seviyesine ilişkin derinlemesine bir görüşme yapılmıştır. Savunma sanayi projelerinde program yönetimi yaklaşımının uygulanabilirliğine ilişkin çıkarımlarda bulunulmuş ve ilgili olduğu değerlendirilen paydaşları içine alan bir yönetsel model önerilmiştir.

Sonuç olarak, proje yönetimi yaklaşımına göre daha yeni bir kavram olan program yönetimi yaklaşımının uygulanmasının, kurumlarda proje yönetimi kültürünün tam olarak yerleşmesine, sonuç bölümünde bahsedilen organizasyonel ve yasal düzenlemelerin gerçekleştirilemesine, denetleme mekanizmalarının program yöneticisi konumunda bulunan makamlara gerekli esneklik ve hareket alanını sağlayacak ve uzun vadeli kararlar alınmasına olanak tanıyacak şekilde yapılandırılmasına bağlı olduğu kıymetlendirilmiştir.

2. Savunma Tedarik Projelerinin Kapsamı

Tanım olarak savunma tedarik projeleri, proje yönetim prosedürleri uygulanmak suretiyle, belirli kısıtlar altında, ülkelerin sahip olmayı amaçladığı savunma sistemlerini son kullanıcılarla ulaştırmak için yürütülen girişimler olarak tanımlanabilir (Schwartz, 2014).

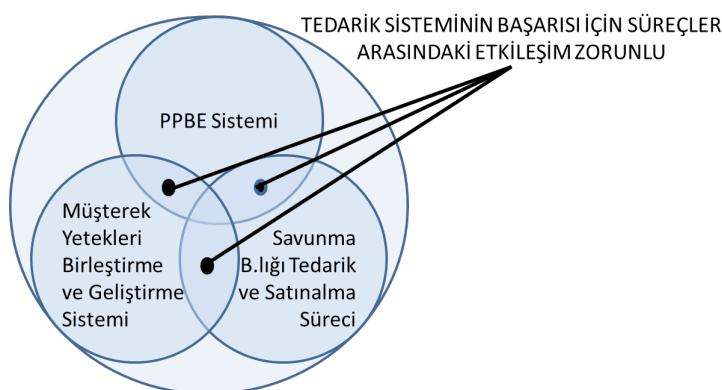
Temel olarak, savunma projeleri ile diğer proje faaliyetleri birçok konuda benzerlikler taşır. Zaman, bütçe ve kalifiye insan kaynağı ihtiyacı, gerek ticari ve sivil projelerde, gerekse savunma projelerinde kritik rol oynar. Ayrıca, sahip olunmak istenen kalite isterleri, proje yöneticilerini birtakım teknik ve metodolojiler uygulanması konusunda tetiklemektedir. Ülkenin sahip olduğu teknoloji seviyesinin, sahip olunmak istenen ürünü geliştirme kapasitesine göre, raftan ürün satın alma yönteminin yanı sıra diğer ülkelerle ortaklaşa girişim veya kendine özgü tasarım ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. (Riposo, 2014). Savunma proje yöneticileri, sistem mühendisliği, evrimsel tedarik, ömür devri yönetimi, risk yönetimi ve kaynak planlama gibi farklı disiplinleri göz önünde bulundurmak ve koordine etmek durumundadır.

2.1. Değişen Savunma Tedarik Sürecine Bakış

ABD Donanması tarafından yayınlanan bir raporda, yeteneklerin tanımlanması ve geliştirilmesinden elden çıkarılmasına kadar olan savunma tedarik süreci, "En karmaşık teknik yönetim süreci" olarak tanımlanmıştır. (U.S. Department of Navy, 1986). Tehditlerin değişkenliği ve teknolojik gelişmelerin hızı, bu karmaşıklığı daha da artırmaktadır. Savunma tedarik sistemleri, ülkenin teknolojik kabiliyetini programları ve işletme idame sürecini yönetme faaliyetlerini içinde barındıran, sonucunda silahlı unsurlara gerekli operasyon yeteneğini sağlamayı amaçlayan mekanizmalardır. (U.S. Department of Defense, 2003)

Görev yeteneğini ve operasyonel desteklenebilirliği artırarak son kullanıcıların bekłentilerini zaman ve mali kısıtlar altında karşılamak tedarik süreçlerinin ana odak noktasını oluşturmaktadır (Riposo, 2014).

Bu bağlamda, birçok NATO üyesi ülke ve ABD'de kullanılmakta olan tedarik sürecinin, ihtiyaçları belirleme, kaynak planlama ve bütçeleme, geliştirme ve temin aşamalarının şekilde olduğu gibi birbiriyle iç içe olduğu bir yapı oluşturduğu görülmektedir. (Schwartz, 2014)



Şekil-1 ABD Savunma Tedarik Sistemi (Schwartz, 2014)

Diğer taraftan, ABD ve NATO ülkelerinin büyük çoğunluğunun 2000'li yıllarda itibaren tehdit temelli yaklaşım yerine yetenek temelli savunma yaklaşımını benimsediği görülmektedir. U.S. Department of Defense, 2006). Bu değişim, ülkelerin sistem ve platform ihtiyaçlarını, yetenek boşluklarının analizi neticesinde belirlenen alternatiflerin arasından seçmesini gerektirmektedir.

RAND araştırma kurulu tarafından yapılan bir araştırma, sistem ömür devri maliyetlerine ilişkin kararların %85'lik bir kısmının teknoloji geliştirme aşamasından önce alındığını göstermektedir. Bu durum, ömür devri göz önünde bulundurulmadan geliştirilen teknolojilerin ardından yönetilmeye başkanan proje portföyünde sapmaların daha sık görüleceğini ortaya koymaktadır. (Chow, 2009)

2.2. Savunma Tedarik Sürecinde Görülen Sapmaların İncelenmesi

Geliştirme projelerinde sapmalar yaygın olarak görülmektedir. ABD'de yapılan bir araştırma, 21 geniş çaplı tedarik projesinde, başlangıç maliyet tahminine göre %40 sapma olduğunu göstermektedir. Aynı araştırmaya göre, sapmaların %50'si, program sırasında yapılan değişiklik talepleri ile program amacında yapılan değişikliklerden kaynaklanmaktadır. (Hiromoto, 2013)

ABD'de 2008 yılında yürütülmekte olan 96 adet ana savunma programını içeren savunma portföyunu kapsayan bir araştırmaya ait bulgular aşağıdaki tabloda görülebilmektedir.

Tablo-1 ABD'de Yürüttülen Savunma Tedarik Program Portföyünde Tespit Edilen Sapmalar (U.S. Government Accountability Office, 2009)

| ABD Ana Savunma Tedarik Program Portföyündeki Sapmaların Analizi | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|
| Mali Yıl:2009 | Mali Yıl | | |
| | 2003 | 2007 | 2008 |
| Portföy Büyüklüğü | | | |
| Program sayısı | 77 | 95 | 96 |
| Toplam planlı bütçe | \$1.2 trilyon | \$1.6 trilyon | \$1.6 trilyon |
| Tahsil edilmemiş ödemeler | \$724.2 milyar | \$875.2 milyar | \$786.3 milyar |
| Portföy Göstergeleri | | | |
| AR-GE maliyetinin değişimi (başlangıca göre) | % 37 | % 40 | % 42 |
| Tedarik maliyetinin değişimi (başlangıca göre) | % 19 | % 26 | % 25 |
| Toplam tedarik maliyeti artışı | \$183 milyar | \$301.3 milyar | \$296.4 milyar |
| Program tedarik birim maliyetinde %25'ten fazla artış görülen programlar | % 41 | % 44 | % 42 |
| İlk ürün tesliminde ortalama gecikme süresi | 18 ay | 21 ay | 22 ay |

Söz konusu rapora göre, başlangıç maliyet beklentilerine göre AR-GE maliyetlerinin %42 ve toplam tedarik maliyetlerinin %25 artış gösterdiği, ürün teslim sürelerinde 22 ay gecikme olduğu ve anılan savunma portföyünde görülen maliyet

artışının 296,4 milyar dolar civarında olduğu anlaşılmaktadır. (U.S. Government Accountability Office, 2009)

Bir başka araştırma, teknoloji geliştirme proJELerinde maliyet artışının %40'dan fazla gerçekleştiğini, teknoloji geliştirme aşaması içermeyen proJELerde bu oranın %25 seviyelerinde olduğunu ortaya koymaktadır.(Oehmen, 2012).

Geçmiş dönemlerde, zaman açısından görülen sapmalar, bütçe sapmalarına kıyasla daha önemsiz görülmüştür. (Riposo, 2014) Ancak, ABD Sayıştayı (U.S. Government Accountability Office) tarafından 2012 yılında yapılan bir araştırma, ele alınan geniş çaplı proJELerin ortalama sapma süresinin 27 ay gibi ciddi bir süre olduğunu raporlamıştır. (U.S. GAO, 2013)

Gecikme ve maliyet artışlarının nedenleri benzerlik göstermektedir. Yüksek teknoloji isterleri (programın karmaşıklığı, yetersiz teknoloji, öngörülemeyen teknik sorunlar), aşırı iyimser başlangıç tahminleri (takvim beklentileri, risk, operasyonel ihtiyaçlar ve performans beklentileri) bütçe dengesizliği, kurumlar arası entegrasyon ile ilgili sorunlar ile ilişkili proJELerin bir arada yürütülememesinden kaynaklı sorunlar bunlardan birkaçını oluşturmaktadır. (Riposo, 2014) Diğer bir neden olarak, proje yönetimi ve sistem mühendisliğinde görev alan personelin yeterince kalifiye olmaması söylenebilir. (Blickstein, 2011)

Yukarıda bahsedilen nedenler, sorunların farklı disiplinleri ve uzmanlık alanları ilgilendirdiğini ortaya koymaktadır. Bundan dolayı, yaşanan sapmaların önlenmesi için tek bir çözüm metodu olduğunu ileri sürmenin mümkün olmadığı görülebilir. Devam eden ve tamamlanmış proje/sistemler ile iç ve dış paydaşların entegre edilmesi konusunda sorumluluğu, yetkileri sınırlı proje yöneticilerinin almasını beklemenin, başarı ile sonuçlanan proje sayısını oransal olarak artırmaya-çağı değerlendirilmektedir. Birden fazla projenin birlikte yönetilmesi ihtiyacından kaynaklanan sorunların program yönetimi yaklaşımını doğurduğu söylenebilir.

3. Program Yönetimi Yaklaşımının Teorik ve Pratik olarak İncelenmesi

3.1. Program Yönetimi Yaklaşımının Gelişimi

1960'lardan bu yana, geleneksel fonksiyonel birimlerden oluşan yönetim yapısı, yerini proJELere dayalı matris yapılanmaya bırakma eğilimi göstermektedir. Rekabet baskısı ve üretim zamanının kısaltılması ihtiyacı, üst seviye proje yöneticileri ve ekiplerine gereksinimi artırmaktadır. Bununla birlikte, proje faaliyetleri fonksiyonel birimlere göre önem kazanmakta ve iş yapış şekillerine değişim getirmektedir.

Projeler, klasik tanım olarak, belirli bir ihtiyacı zaman kısıtı altında birtakım tasarım ve mühendislik uygulamalarını kapsayan faaliyetlerdir (Barutçugil, 2008). Program ve portföylerin bir parçası olarak projeler, stratejik plan ve programlara ulaşmak için bir araç olarak görülmektedir. Bir program bünyesinde yer alan projeler grubu, çeşitli “bağımsız” kazanımları sağlamakla birlikte, program ve portföyün stratejik hedeflerine de katkıda bulunmalıdır.(İpekkan, 2011)

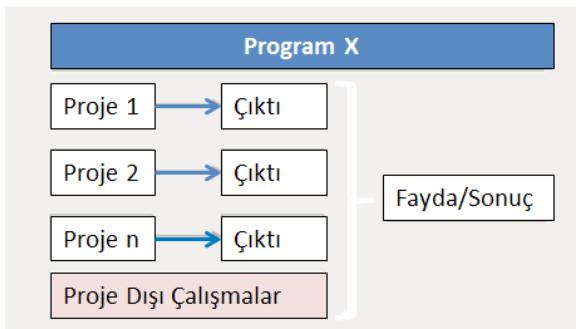
Bununla birlikte, savunma projeleri, diğer projelere nazaran birtakım farklılıklar barındırmaktadır. Genel olarak, sistem geliştirme girişimleri yüksek teknolojik ihtiyaçlar nedeniyle geniş çaplı yatırımlar ile uzun vadeli bir planlama gerektirmektedir. Buna ilave olarak, gizlilik ve güvenlik nedenleri bu girişimlerde ilave önlemler alınmasını gerektirebilmektedir.

Üst düzey mühendislik bilgisi ve control edilemeyen dış etmenlerden kaynaklı ve proje yönetimini etkileyen kısıtlar, kullanılan proje yönetim modelinin bazı durumlarda etkisiz kalmasına neden olmaktadır..(Thiry, 2013). Bu nedenle, özellikle projeleri ana araç olarak kullanmakt olan organizasyonlarda program ve program yönetimi yaklaşımı ihtiyaçlarının ortaya çıktığı görülebilmektedir.(Maylor, 2006)

Halihazırda program yönetimi konseptine ilişkin literatürün yeterince gelişmiş olduğunu ileri sürmek güçtür. Ancak, bu konuda bazı organizasyonların standartların ve metodolojilerin geliştirilmesine öncülük ettiği söylenebilir. Bu çalışmada, yaygın olarak kabul gören ve PMI tarafından oluşturulan program yönetimi standartları esas alınarak çarşılarda bulunulmuştur.

PMI tanımına göre program; birbirile ilişkilendirilebilen ve ortak bir faydayı sağlamak maksadıyla birlikte yönetilmesi ihtiyacı bulunan proje, alt program ve operasyonel faaliyetler grubudur. (Project Management Institute, 2013) Programda yer alan projelerin ortak bir stratejik hedef bağlamında birbiriyle ilişkili olması beklenir.(Milosevic, 2007)

Ferns D.C, (Ferns, 1991) programları, projelerin birbiriyle ilişkisi açısından koordine eden ve yöneten mekanizmalar olarak tanımlarken, Williams and Parr, programları, proje grupları ile organizasyon stratejileri arasında ilişki kurmayı kolaylaştıran ve kaynakların bu sayede daha etkili bir şekilde kullanılmasına imkan veren bir süreç ve yapılanma olarak tanımlamaktadır (Williams and Parr, 2004).



Şekil-2 Program Yapısının Basit Bir Gösterimi (Beyoğlu, 2011)

Birbirinden bağımsız amaçlara sahip olan ve yalnızca ortak bir fondan, teknolojiden veya paydaştan faydalananması gereken projelerin programlar yerine proje portföyleri çatısı altında yürütülmesi daha uygun olacaktır. (Project Management Institute, 2013)

Program yönetimi, projelerin bağımlılıklarına odaklanarak kullanıcıların projeleri yönetmesi için en uygun yaklaşımı geliştirmesine yardım eder. Bu bağımlılıklar 3 şekilde ortaya çıkabilir:

- Bir projenin sonucu diğer projeyi etkiler.
- Projeler aynı sınırlı kaynağı kullanır.
- Bir proje, diğer projelerde kullanılacak/kullanılan sistemleri içerir. (Project Management Institute, 2013)

Söz konusu bağımlılıkları yönetmek program yöneticilerinin en temel sorumluluklarındandır.

Program yönetimi yaklaşımını kullanarak organizasyon stratejik hedeflerine ulaşmak için gerekli sonuçları elde etmek için, geçici ve esnek bir organizasyon yapısının tasarılanması gerekmektedir. Bu sayede, systematic, hesap verilebilir ve daha reaktif bir yaklaşım geliştirilmesi mümkün olabilecektir. Çok sayıda projeyi bir program çatısı altında yönetmenin, organizasyonun karşılaşabileceği riskleri azaltacağı düşünülmektedir. Çünkü, bir projede oluşabilecek başarısızlık, diğer projenin tamamlanamamasına yol açabilir ve bu durum, proje seviyesi bakış açısı ile öngörülemez olabilir.

Doğru tanımlanmış bir organizasyon programında, program yöneticisi, bağımlılıklara odaklanmak, iş stratejileri ile beklenen faydayı eşlestirebilecek

yöntemler önererek proJELer ile stratejileri birbirine uyumlamaya çalışmalıdır. Özellikle, çok sayıda aktörün paydaş olarak konumlandığı ve girdi yaptığı organizasyonlarda, program yönetim ofisleri, programların kontrol altında yürütülmesine olanak tanıtmakta ve tercih edilmektedir. (Project Management Institute, 2013)

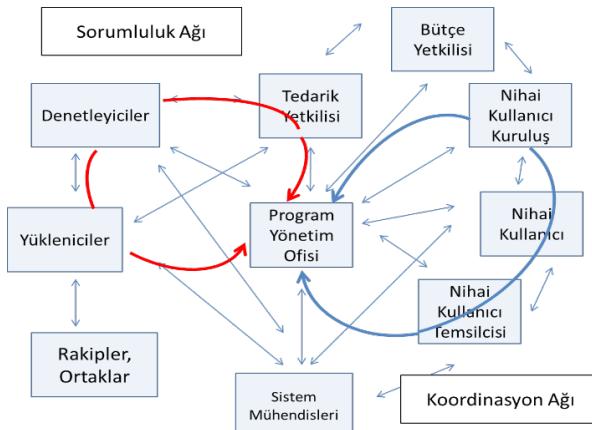
3.2. Savunma Sektöründe Program Yönetimi Yaklaşımının Uygulanabilirliği

Savunma sistemleri, ölçekleri ve teknolojik beklentileri açısından en karmaşık süreçleri bünyesinde barındırır. Savunma unsurlarının ihtiyaçlarının teknolojinin sınırlarını zorlaması, tehditlerin bir adım önünde olunması ve ulusal çıkarların korunması ihtiyaçları, savunma proJELerini yönetmeyi bir kat daha zorlaştırmaktadır. (Pernin et. al., 2012) Bu nedenle, savunma tedarik performasını geliştirmek için, kurumsal ve program odaklı yapıyı hayatı geçirmek ve proje ve programları yönetme yeteneğini geliştirmek bir zorunluluk halini almaktadır. (Kolodny et.al, 2013)

Savunma programları ile sivil programların en temel farkı, yasal mevzuatın, kuralların ve prosedürlerin özel sektörde nazaran sürece daha fazla etki etmesidir. (Schank et.al, 2011) Ayrıca, diper programlara kıyasla, devlet sponsorluğunda yürütülen proJELerde aşağıdaki sorunlarla karşılaşma olasılığı oldukça yüksektir:

- Fonlama ortamının belirsizliği ve dengesizliği,
- Lider ve yöneticilerin atanma ve yer değiştirme sikliği,
- Proje faaliyetlerini yavaşlatabilecek bürokratik ve politik gelişmeler,
- Program performasını geliştirmek için zaman kısıtları,
- Kalifiye personel eksikliği. (Oehmen, 2012)

Savunma programları sırasında sorumluluk paylaşımı: Süreçte yer alan tüm aktörlerin çıkarları ile uyuşan program hedeflerini tanımlamak ve yüklenici, alt yüklenici, kullanıcı, ihtiyaç sahibi, tedarik yetkilisi, proje ekipleri ve devlet yetkilileri gibi farklı disiplinlerden gelen paydaşlar arasında ortak bir dil oluşturmak oldukça zahmetli bir iştir.



Şekil-3 Tedarik Program Paydaşları Arasındaki Sorumluluk ve Koordinasyon Çevrimi (Rebovich and DeRosa, 2012)

Program yöneticileri, organizasyon yapısı ve denetleme sürecinin projelerle uyumlu olarak planlanmasıından, proje seviyesinin program üst kurulu ile arasında köprü oluşturulmasından sorumlu olmalıdır. (Defense Acquisition University, 2003) Bundan dolayı, program yöneticilerinin yeterli yönetim yetkisi ile donatılmış olması gerekmektedir. Program yöneticileri, ilgili organizasyonlarda eş seviyede oluşturulacak olan program yönetim ofisleri tarafından desteklenmeli ve kontrol edilmelidir.

4. Program Yönetimine İlişkin Farkındalıkın Analizi İçin Derinlemesine Görüşme Metodunun Uygulanması

Kavramsal Çerçeve: Araştırma kapsamında, savunma projeleri ve program yönetimine ilişkin bir literatür incelemesi yapılmıştır. Müteakip olarak, program yönetimi yaklaşımının savunma projelerinde uygulanabilirliğini etkileyen faktörler incelenmiştir.

Buna ilave olarak, elde edilen bilgi betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiş, yapılandırılmış görüşme için sorular belirlenmiştir. Örneklem için sektör profesyonelleri, proje uzmanları, proje ve program yöneticileri, savunma planlayıcıları ve yüklenici konumunda olan yöneticiler ile görüşme planlanmıştır.

Çekirdek danışmanlarının yönlendirmeleri ve belge taramaları neticesinde, derinlemesine görüşme için 13 katılımcı belirlenmiştir.

Tablo-2 Görüşmeci Bilgileri

| Sıra Nu | Kurumlar | Savunma Projelerindeki Deneyimleri | Eğitim Durumu | Unvanı |
|---------|--------------------------|------------------------------------|---------------|-------------------|
| 1 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 15+ | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 2 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 15+ | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 3 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 5- | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 4 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 5+ | Yüksek Lisans | Yönetici |
| 5 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 10+ | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 6 | Savunma Tedarik Kuruluşu | 10+ | Yüksek Lisans | Mühendis |
| 7 | Savunma Tedarik Kuruluşu | 15+ | Lisans | Mühendis |
| 8 | İhtiyaç/Planlama Makamı | 20+ | Lisans | Uzman |
| 9 | Ana Yüklenici | 25+ | Doktora | Yönetici/Mühendis |
| 10 | Alt Yüklenici | 25+ | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 11 | Alt Yüklenici | 20+ | Yüksek Lisans | Yönetici/Mühendis |
| 12 | Alt Yüklenici | 5- | Yüksek Lisans | Uzman |
| 13 | Alt Yüklenici | 5- | Yüksek Lisans | Uzman |

Sınırlılıklar:

- Araştırma sırasında yalnızca açık kaynakların kullanılabilmesi ve gizlilik nedeniyle savunma içerikli dokümanlara erişilememesi bir sınırlılıktır.
- Yurt dışında bulunan bazı kişilerle konuya ilişkin görüşme yapılamaması bir sınırlılıktır.

Veri Analizi: Problem sahalarının analizi ve görüşlerin değerlendirilmesi Problem sahaları hakkında yeterli veri incelendikten ve konuya ilişkin görüşler olgunlaştırıldıktan sonra gerçekleştirilen görüşmeler, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiş, farklı kurumlardan elde edilen düşüncelerin ortak ve ayrısan yanları tespit edilerek, Türkiye'de savunma program yönetimi anlayışının hayatı geçirilmesi için gerekli değişim hakkında çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen bilgileri kapsayacak şekilde, daha önceden oluşturulan ana başlıklar (temalar) çeşitlendirilmiş ve araştırmmanın anlaşılabilirliğini artırmak maksadıyla Tablo-3'te görüldüğü şekilde sadeleştirilmiştir.

Tablo-3 Program Yönetimine İlişkin Temalar

| Kurum İçi (Savunma Sanayii) | Kurum İçi (Kamu) | Kurumlar Arası (Savunma Planlama Ve Tedarik Sürecinde Görevli Paydaşlar) |
|---|---|--|
| Teorik Bilgi Birikimi ve Farkındalık Seviyesi | Teorik Bilgi Birikimi Ve Farkındalık Seviyesi | İhtiyaçların Belirlenmesi |
| Uygulama Geçmişi | Uygulama Geçmişi | Yetenek Temelli Planlama |
| İzlenen Yöntemler | İzlenen Yöntemler | PPBS Sürecinde Sorumluluklar |
| Güçlükler | Güçlükler | Organizasyon Yapısı |
| | | Denetleme Mekanizmaları |

Model Önerisi: Görüşmeler ve geçmiş yıllarda raporlanan proje deneyimleri ışığında, Türkiye de dahil olmak üzere birçok NATO üyesi ülkede kullanılmakta olan planlama, programlama ve bütçeleme sistem sürecinin proje ve program yönetiminde ihtiyaç duyulan esnekliğe olanak tanımadığı, sürecin sınırlarının kesin kurallarla tanımlandığı ve süreçte yer alan aktörlerin sürecin bütününe hakim olmadığı anlaşılmaktadır. Sürecin, sürekli değişen tehditlerle mücadele edebilecek ve sistem gereksinimlerinde görülen değişikliklere hızlı reaksiyon gösterebilecek bir esnekliğe sahip olacak şekilde yapılandırılması gerektiği sonucu çıkarılmışmaktadır. Ulusal stratejilerin yürütülen proje ve programlarla bütünlüğünü sağlayabilecek bir program ve kaynak (insan, para, zaman, bilgi, deneyim) yönetim yapısının oluşturulmasının sürece olumlu katkılar yapabileceği değerlendirilmektedir.

Bu araştırmada, planlama, programlama ve bütçeleme sistemi kullanan ülkeler göz önünde bulundurularak, proje paydaşları arasındaki ilişkilerin etkinliğini artırmak maksadıyla EK'te detayları görülebilen kurumlar arası matris bir yönetim modeli önerilmiştir. Bu modelde, Savunma Bakanlığı olabilecek bir Savunma Kaynakları Planlama ve Yönetim Direktörlüğüne sürecin en üst seviyede sorumluluğu verilmiştir. Söz konusu sorumluluk, bünyesinde oluşturulacak ofis ve kurullar tarafından paylaşılabilecektir. Bu sayede, paydaşlar arasında hiyerarşik ilişkiler yerine çapraz fonksiyonel ilişkiler oluşturulmasına olanak tanıyan bir organizasyon şeması uygulamaya geçirilecektir. Bunun yanında, savunma sanayi paydaşları, sürece planlama aşamasından itibaren dahil edilebilecektir.

Geleneksel kontrole dayalı yönetim yaklaşımı ile PMI standartları doğrultusunda oluşturulan entegre program yaklaşımının bazı karakteristik özelliklerini içeren model, kaynak planlama ve yönetim sürecinin üst yönetim tarafından merkeze yerleştirildiği bir anlayışı öngörmektedir. Üst seviye yönetim ise, sürecin ihtiyaç

belirleme aşamasından elden çıkma aşamasına kadar tüm süreci koordine etme sorumluluğunu taşımaktadır.

Söz konusu modelde belirtilen pozisyonların, ilgili diğer paydaşlar tarafından da kendi organizasyon yapıları içinde oluşturulmasının fayda sağlayacağı, bu sayede eş görev mantığıyla kurumlar arası iletişimini artırılabileceği düşünülmektedir. Süreç akışının temelde aşağıdaki gibi işleyebilecegi değerlendirilmektedir:

1. Ülkelerin savunma bakanlıklarını/departmanlarına bağlı olarak oluşturacak “savunma kaynak planlama ve yönetim bşk.lıkları”, bir yandan sahip olunması gereken ana savunma yeteneklerini sağlayacak proje ve programların oluşturulmasını ve eşgüdüm içinde çalışmasını sağlarken, diğer yandan ihtiyaçların belirlenmesine yön veren, stratejik politikalaraın belirlenmesini etkileyen üst düzey belgelerin hazırlanmasında ilgili makamlarla aktif bir etkileşim halinde bulunur.
2. Portföy seviyesinde oluşturulacak yetenek portföyü yönetim ofisleri, yetenek ihtiyaçlarının ve performans bekłntilerini doğrulayacak (müşterek ihtiyaç belirleme kurulu) ve buna uygun teknolojinin geliştirilmesini sağlayacak (sistem, teknoloji geliştirme ve tedarik planlama kurulu) çalışma gruplarıyla birlikte hareket eder, ana yetenek kırımlarının belirlenerek programlar haline getirilmesi maksadıyla gerekli çalışmaları yürütür, projeler ve programlar arasında iletişimini ve kurum dışı paydaşlarla ilişkileri yönetir.
3. Program yönetim ofisleri, gerektiğinde projelerde görevli personeli program dahilinde (farklı kurumda olsa dahi) daha etkin çalışabileceği başka bir projede görevlendirilebilir, bunu yaparken harekat ortamının gerektirdiği öncelikleri dikkate alır.
4. Program kapsamında yer alan projeler arası bütçenin önceliklendirilmesi ve projeler arasında dinamik bir anlayışla paylaşılması, program yöneticilerinin sorumluluğunda yürütülür.
5. Yetenek ihtiyaçlarına uygun sistem/platform özelliklerini belirlendikten sonra, savunma tedarik ajansları ve yüklenicilerle birlikte, projeleri sahiplenecek ve sorumluluğu paylaşacak program yönetim ofislerinden istifade edilir. Yönetim ofisleri, halihazırda kullanımda olan sistemlerle, geliştirilen projeler arasındaki arayüzü gözetlen proje/program yöneticilerinin çalışmalarını destekler, bilimsel yöntemlerle denetler ve elde edilen fayda/kazanım/dersleri ilgili kurumlarla paylaşır.

5. Sonuç ve Öneriler

Çok bileşenli ve belirsiz tehdit ortamı ile savunma sistemlerine ayrılan kaynaklarda görülen tasarruf eğilimi, savunma projelerinin daha profesyonel bir bakış acısı ile ele alınmasını gerektirmektedir.

Uzun soluklu ve karmaşık projelerin yönetiminde belirli bir uzmanlığa ve uygulama pratiğine erişilmiş olmasına karşın, yapılan araştırmalar, proje sayılarının artması ile birlikte organizasyon yapılarında bazı değişiklikler yapılmasına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Yetenek ve senaryo temelli savunma konsepti, ulusal savunma stratejilerini gerçekleştirmek maksadıyla ihtiyaç duyulan yeteneklerin yürütülen projelerle ne ölçüde karşılanabileceğini öngörebilecek projeler üstü bir yönetim yapısının uygulamaya geçirilmesini gerektirmektedir.

Savunma projelerinin başarısı, makro ekonomik, politik (hükümet programı, konjonktür, bürokratik engeller) ve yonetsel (sinirlı yüklenici ilişkileri, yetersiz insangücü, karar verme süreçleri) ve teknik süreçlere bağlı olarak değişkenlik gösterir. Bu durum, mevcut proje portföyü ile ülkenin stratejik hedeflerini uyumlu hale getirebilecek projeler ve kurumlar üstü bir yönetim yapısının oluşturulması fikrini desteklemektedir. Bu yapı, konseptlerin belirlenmesinden sistemlerin elden çıkarılmasına kadar olan tüm sürecin idamesinden sorumlu olmalıdır.

PMI tarafından belirlenen ve uluslararası anlamda kabul görmüş program yönetim standartları dikkate alındığında, savunma organizasyonları için birtakım çıkarımlar yapılması mümkündür:

- Projeler/alternative projeler, belirlenen stratejik hedefe ulaşmak üzere merkezi olarak yönetilmelidir.
- Sistem ve alt system ortaklısı, projeler arasında taktik ve stratejik ilişkiler kurmak suretiyle artırılmalı ve bu sayede proje bütçesi etkin bir şekilde kullanılmalıdır.
- Nihai ürün ile organizasyon stratejisi arasında bir arayüz oluşturulması için program yönetim ofislerinin etkin bir şekilde kullanımı sağlanmalıdır.
- Karar verme süreçleri program yöneticileri ve ofislerine yeterli derecede yetki verilmek suretiyle artırılmalıdır.
- Paydaşlar, ortak faydayı sağlamak adına program hedefleri ile uyumlu olacak şekilde kendi hedeflerini belirlemeye teşvik edilmeli ve söz konusu hedefler ve paydaşlar arasında işbirliği ortamı oluşturulmalıdır.

- Kapsamlı ve kurumlar arası risk yönetim planlarının bilimsel analizler doğrultusunda proje öncelik ve önemleri esas alınarak oluşturulması ve güncellenmesi sağlanmalıdır.
- Programların uzun عمر devirleri dolayısıyla, kurumsal ve yerleşik bir yapının sürekli karşılaşabilecek değişiklikleri yönetecek şekilde oluşturulması önem arz etmektedir.

Program yönetimi disiplininin uygulanması, organizasyonel değişikliklerin yanı sıra, ilgili paydaşlar tarafından kültürel değişimi de gerektirmektedir. Proje yönetim standartlarının dayandığı zaman, maliyet ve kalite beklentilerinden risk, fayda ve performans odaklı bir standardın oluşturulmasına geçişin zahmetli olacağı öngörlülebilir. Bu çerçevede, program yönetim ofislerinin, yalnızca proje yönetimlerinin üzerinde bir hiyerarşik kademe olarak konumlandırılmaları ve toplam faydaya odaklı bir anlayış ile çalışmamaları, program yönetimi felsefesinin uygulanmasını zorlaştıracaktır.

Bu kapsamda, incelenen savunma programlarından, standartlardan ve ilgili kurumlarla yapılan görüşmelerden yola çıkarak yöntem kısmında oluşturulan “Savunma Kaynak Planlama ve Yönetim Model Önerisi”, savunma planlama sürecinde program yönetiminin, kurumlar arası kapsamında uygulanabilmesi için aşağıda belirtilen hususları destekleyen bir yaklaşım ortaya koymaktadır:

- Öncelikle, ülkelerin PPBS sürecinde yer alan, Savunma B.liği, Genelkurmay Bşk.liği ve bağlıları, SSM vb. tedarik kurumları, ana yükleniciler ve araştırma kuruluşları arasında, her aşamada birlikte hareket edebilecek ve karar alabilecek bir güven ortamı tesis edilmelidir.
- Proje sürecinde sorumlulukların bütüncül olarak üstlenilmesi amacıyla, ana yetenek programları/portföylerinin alt kırımları, ilgili kurumlarda eş-görev mantığıyla belirlenmelidir. Alternatif proje grupları oluşturularak, tanımlanan savunma yeteneklerinin karşılanabilme oranları, bilimsel araştırma kuruluşlarıyla koordineli olarak hesaplanmalıdır.⁴⁴
- Müşterek ihtiyaç belirleme ve teknoloji geliştirme kurullarından yapılacak girdilerle, ülkenin sahip olacağı yetenek portföyünü عمر devri boyunca yönetmekten sorumlu, kurumlar üstü bir makam⁴⁵ ve bağlısı

⁴⁴ Yetenek temelli planlama, program yönetiminin savunma alanında kullanılması için uygun bir çerçeve oluşturmaktadır.

⁴⁵ Modelde savunma bakanlığı/departmanına bağlı “Savunma Kaynak Planlama Ve Yönetim Bşk.liği” olarak adlandırılmış ve detaylandırılmıştır.

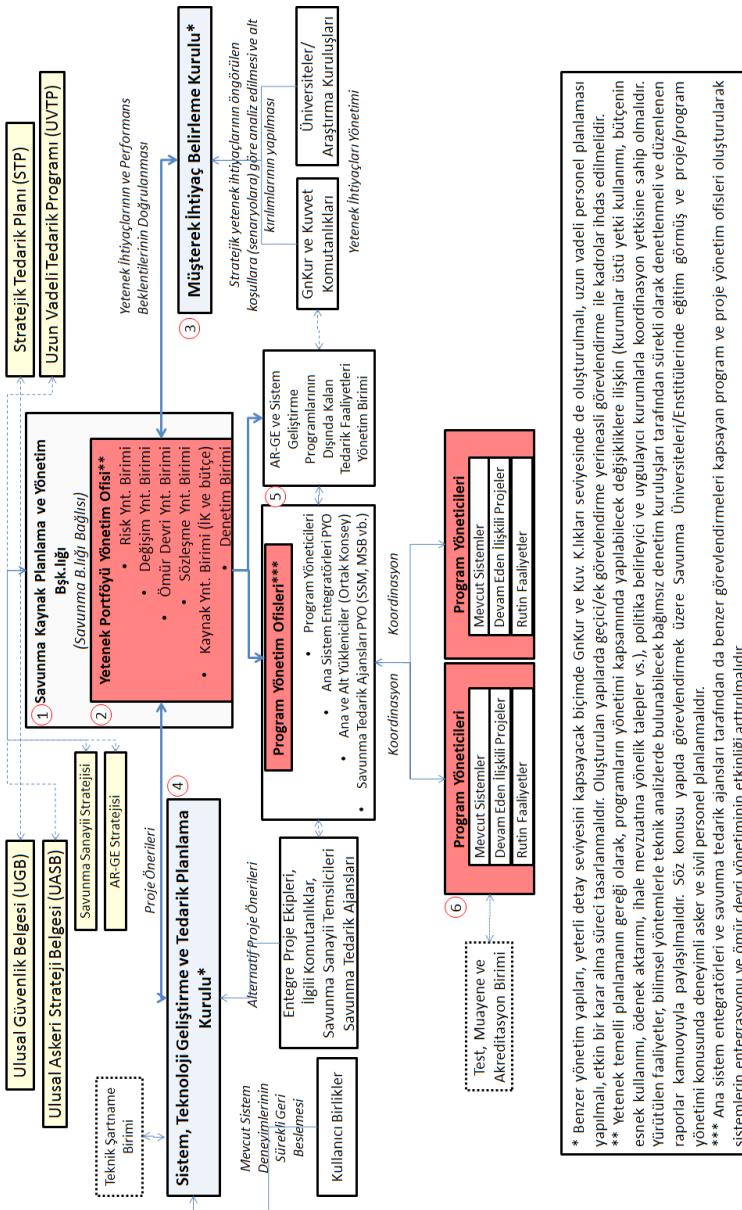
birimler (risk, değişim, ömür devri, sözleşme, kaynak yönetim ve denetim birimleri), ülkelere özgü koşullar da dikkate alınarak oluşturulmalıdır.

Program ve portföy yönetim ofislerinden en fazla faydayı sağlamak amacıyla yapılması gereken bir adım da yasal prosedürlerle ilgilidir. Yasal kısıtlar altında çalışan personel, projelerin yüksek maliyetleri ve kritik önemleri dolayısıyla inisiyatif alma konusunda çekingen davranışın beklenmesi, bu durum da projelerin işleyişini önemli ölçüde yavaşlatmaktadır. Teknik sorunların ve kararların, ilgili askeri kurum, hükümet veya meclis yerine doğrudan projenin başarısından sorumlu olan program yönetim ofisleri yetki ve sorumluluğunda yönetilmesi, proje başarısını artırabilecek bir faktör olarak göz önünde bulundurulmalıdır.

Mevzuatın katılımı dolayısıyla, özellikle harekat ihtiyaçlarının belirlenmesi ve teknoloji geliştirme faaliyetlerinin gizlilik gerekliliğiyle yalnızca savunma kuruluşları tarafından tamamlanmasının beklenmesi, projelerin bilimsel ve teknolojik gerçekler göz önünde bulundurulmadan başlatılmasına neden olabilmektedir.

Sonuç olarak, ülkelere özgü program yönetimi yaklaşımının, akademik ve üst seviye politika belirleyicilerin desteği ile, planlama, programlama ve bütçeleme sürecinin tamamı boyunca projelerin koordinasyonundan, risk ve performansından sorumlu olarak konumlandırılacak program yönetim ofisleri ve program yöneticilerinin yetiştirilmesi ve organizasyon yapısının bu anlayışa uygun olarak düzenlenmesi ile mümkün olabileceği değerlendirilmektedir.

EK-1 (Model Önerisi)



Stratejik yetenek/strat&gic planning onaylama

Konsüller (seçenekler) / kurumlar (yapılmış)

GmKur ve Kuvvet / Komutantılıkları / Araştırma Kurulu

Yetenek / İtivâcîları Yönetimi

5 Program Yönetimi Ofisleri***

- Program Yöneticileri
- Ana Sistem Entegratörleri / PVO
- Ana ve Alt Yükseltilik (Orta Konsey)
- Savunma Tedarik Ajansları / PVO (SSM, MEB vb.)
- Savunma Tətəkik Aşasları

6 Alternatif Projeler Önerileri:

- Məvcud Sistem Süreysinin / Birleşmesi
- Entegre Proje Ekipi, / İlgili Konutları, / Savunma Sanayii Temsilciliyi / Savunma Tətəkik Aşasları
- Məvcud Sistemler / Devam Edən / İstiklal Projeler / Dəvam / Etmək / Dəvam / Etmək

Program Yöneticileri

Program Yöneticileri

Test, Muayene ve / Akreditasiyon Birimi

Koordinasyon

***** Anna yonetim ofisi projeye dahil olmasi sonucunda teknolojik anlamda degerlendirme aseri bir son personele planlanmistir.

KAYNAKÇA

BARUTÇUGİL İsmet, **Proje Yönetimi**, Birinci Baskı, Kariyer Yayıncılık, İstanbul, 2008.

BEYOĞLU Bülent E., "Teoride ve Pratikte Program Yönetimi", **Savunma Sanayii Gündemi**, Sayı 17, 2011/4

BLICKSTEIN Irv et. al., **Root Cause Analyses of Nunn-McCurdy Breaches,:Zumwalt-Class Destroyer, Joint Strike Fighter, Longbow Apache and Wideband Global Satellite**, Volume 1, Santa Monica, CA, 2011

CHOW Brian et. al., **Toward Affordable Systems: Portfolio Analysis and Management for Army Science and Technology Programs**, Santa Monica: RAND Corporation, 2009

FERNNS, D. C., "Developments in Programme Management," **International Journal of Project Management**, Vol:9, No:3, August 1991, 148-156.

HIROMOTO Scott, **Fundamental Capability Portfolio Management: A Study of Developing Systems with Implications for Army Research and Development Strategy**, Santa Monica, CA, January 2013, Pardee RAND Graduate School,

İPEKKAN Ziya, "Savunma Planlama ve Sistem Tedariki Sürecinde Proje, Program ve Portföy Yönetimi", **Savunma Sanayii Gündemi**, Sayı 17, 2011/4

MAYLOR, H. et. al., "From Projectification To Programmification," **International Journal of Project Management**, (24:8), 2006, 663-674

MILOSEVIC, D. Z. et. al., **Program Management For Improved Business Results**. Hoboken, NJ, 2007, John Wiley and Sons, Inc.

KOLODNY Jonathan et. al., "Project Management in Defense: The Essential Capability", **McKinsey on Government**, McKinsey&Company, Spring 2013.

OEHMEN, Josef, **The Guide To Lean Enablers For Managing Engineering Programs**, Version 1.0, Cambridge: Joint Mit-Pmi-Incosse Community Of Practice On Lean In Program Management, 2012.

PERNIN Christopher G. et. al., **Lessons from the Army's Future Combat Systems Program**, Santa Monica, CA, 2012, RAND Arroyo Center.

Project Management Institute, **The Standart for Program Management**, Third Edition, Pennsylvania, 2013.

REBOVICH George and DEROSA Joseph K., Patterns of Success in Systems Engineering Acquisition of IT Intensive Government Systems, 14 August 2012, MITRE Corporation,

RIPOSO Jessie et. al., **Prolonged Cycle Times and Schedule Growth in Defense Acquisition- A Literature Review**, National Defense Research Institute, RAND Corporation, Santa Monica, CA, 2014.

SCHANK John F. et. al., **Learning From Experience-Lessons from the United Kingdom's Astute Submarine Program**, Volume III, Santa Monica, CA, 2011, RAND Corporation.

SCHWARTZ Moshe, **Defense Acquisitions: How DoD Acquires Weapon Systems and Recent Efforts to Reform the Process**, Congressional Research Service, May 23,2014.

THIRY Michel, **Program Management: Fundamentals of Project Management**, Surrey, 2013, MPG Printgroup.

U.S. Department of Navy, Best Practices: How to Avoid Surprises in the World's Most Complicated Technical Process, March 1986

U.S. Department of Defense, The Defense Acquisition System Directive (DoDD 5000.01), May 12, 2003.

U.S. Department of Defense, Quadrennial Defense, Review Report 2006.

U.S. Government Accountability Office, **Defence Acquisitions: Assessments of Selected Weapon Programs**, March 2009, GAO-09-326SP

WILLIAMS, D. and PARR, T., **Enterprise Programme Management: Delivering Value.**, Hounds Mills: Palgrave Macmillan, 2004

SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME BAŞARISINDA MUHASEBE DENETİMİNİN ROLÜ

Dr.Öğr. Üyesi Gökhan BARAL, Onur KAYA

Sakarya Üniversitesi

Özet

Günümüzde işletmeler kuruluş amaçlarından biri olan kar elde etme ile birlikte faaliyette bulundukları sektörün en iyisi, lideri olmayı hedeflemekte ve istemektedirler. Bu hedefe ulaşabilmek içinde devamlılığı olan bir başarıyı yakalamak durumundadırlar. Bu çalışmada; devamlılığı olan, sürdürülebilir bir başarıyı yakalamada kaliteli ve tarafsız bir muhasebe denetiminin önemi ve etkisi anlatılmıştır. Çalışmada; Muhasebe, Denetim, Muhasebe Denetimi, Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir başarı gibi çalışanın temelini oluşturan kavramlarla ilgili yapılan literatür taraması sonucunda bu kavramlar detaylı olarak açıklanmış ayrıca bu kavramların dünyadaki ve ülkemizdeki tarihsel gelişimine deñinlmıştır. Son bölümde ise faaliyette bulunan örnek bir işletmenin yıllık mali tablolarının analizi yapılmış, yapılan bu analizin sonuçlarına yer verilmiş ve bu sonuçlar değerlendirilmiştir. Yapılan inceleme, araştırma ve analizlerin sonucunda firmaların sürdürülebilir bir başarıyı yakalamaları, kaliteli ve hesap verilebilirliği olan bir muhasebe sisteminin kurulmasına ve bu sisteminin belirli dönem aralıklarıyla denetlenmesine bağlıdır. Devlet tarafından zorunlu olarak yapılan denetim dışında işletmelerde en az 6 aylık dönemler halinde kendi iç denetimlerini bağımsız denetim şirketlerine yaptırımları ve yapılan denetimin sonuçlarını değerlendirerek faaliyetlerini bu değerlendirmeler ışığında sürdürmeleri hedeflenen sürdürülebilir başarıyı yakalamalarını sağlayacaktır. Çalışmanın son bölümünde örnek olarak alınan işletmenin mali tablolarına yapılan mali analizin sonuçlarına bakıldığından şuan faaliyet gösterdiği sektörün öncüleri arasında bulunan firmanın bu başarıya ulaşmasında kaliteli bir muhasebe sistemi ve muhasebe alt yapısına sahip olmasının yanında bu sistemin denetlenebilir olması ve bu denetimlerin sonuçlarının değerlendirilerek firmanın faaliyet ve uygulamalarının bu sonuçların ışığında yapılmasının etkili olduğu tespiti yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Muhasebe Denetimi, Sürdürülebilirlik,

JEL Kod:M40,M41, M42

THE ROLE OF ACCOUNTING INSPECTION IN SUSTAINABLE BUSINESS SUCCESS

Abstract

Nowadays, enterprises are aiming to be the leader of the sector in which they operate, together with profit making which is one of the objectives of the organization. To achieve this goal, they have to catch up with a continuing success. The objective of this study is to describe the importance and effect of a quality and impartial accounting audit in achieving a sustainable success. In this study; Concepts that constitute the basis of work such as Accounting, Auditing, Accounting Auditing, Sustainability and Sustainable Achievement, and the historical development in the world and in our country has been explained in detail as a result of the literature survey. In the last section, an analysis of the annual financial statements of a sample operating company is made, the results of this analysis are given, and these results are evaluated. As a result of the research, analysis and analysis, to achieve a sustainable success, companies must establish an accounting system with high quality and accountability, and to monitor this system at certain period intervals. Other than compulsory audit required by the state, enterprises must be audited by independent audit firms at least 6 months intervals. Enterprises shall be able to achieve sustainable success in the lights of these audit results. In the last part of the study, the result of the financial analysis of the financial statements of the enterprise taken as an example shows that the success of the company, which is one of the pioneers of the industry, not only has a high quality accounting system and accounting infrastructure but also this system can be audited and the results of these audits are evaluated and the findings are determined to continue its activities in the lights of these results.

Keywords: Accounting, Accounting Audit, Sustainability,

JEL Code: M40, M41, M42

1. GİRİŞ:

Günümüzde dünya ekonomisi üzerinde başlayan globalleşme çabaları ülkemiz ekonomisi üzerinde de etkilerini göstermiş ve gösterecektir. Ülkemizde faaliyet gösteren firmalarda meydana gelen büyümeye ve gelişmeler bunun en önemli göstergesidir. Artık firmalar sadece büyük yerine bu büyümeye devamlılık sağlamayı ve faaliyet gösterdikleri alanda da belirleyici ve itici bir güç olmayı hedeflemekte-

dirler. Firmaların amacı sektörel başarıdan öte sürdürülebilir başarıyı yakalamak olmuştur.

Bu çalışmada çalışmanın temel kavramları olan muhasebe, denetim, muhasebe denetimi ve sürdürülebilirlik kavramları detaylı bir şekilde açıklanmış, bir işletmenin sürdürülebilir bir başarıyı yakalamasında işletmenin muhasebe sisteminin denetlenmesinin etkisi araştırılmıştır.

2. MUHASEBENİN TANIMI:

Muhasebe; İşletmelerde gerçekleştirilen faaliyetleri sistemli bir şekilde kaydederek sınıflandıran, analiz eden ve yorumu hazır hale getiren bir sistemdir. Başka bir tanıma göre ise muhasebe; Ekonomik aktivitelerin sonuçlarının yorumlanması ve ölçülmesidir.⁴⁶

2.1 MUHASEBENİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarihte ilk muhasebe kayıtlarının ne zaman ve hangi medeniyet tarafından kullanıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Ancak genel eğilim ilk yazı ve sayıların kullanılmaya başlandığı Mezopotamya Uygarlıklarında muhasebe uygulamalarının da başladığı yönündedir. Tarihte ilk sayım- döküm işlemleri M.Ö. 3600 yıllarında Mısır'da mal takibi amacıyla yapılmıştır. Özellikle gıda maddelerinin alım satım işlemlerinin kayıt edilmeye başlanması ile birlikte Mısır'da muhasebe düzeni günlük kayıtlarla da oluşmaya başlamıştır. Eski Mısır'da gerçekleşmiş Muhasebe tarihi için diğer bir yenilik ise muhasebenin bütçe ayağının oluşmaya başlamasıdır. Eski İran'da ise Muhasebe, ücretlerin para veya mal ile ödenmeye başlanması ve bu işlemlerin kayıt altına alınması ile ortaya çıkmıştır. Ayrıca eski Pers İmparatorluğunda da muhasebe bir denetim aracı olarak kullanılmıştır.⁴⁷

Tazminat Döneminden Cumhuriyete kadar olan dönemde yaşanan gelişmeler ve Osmanlı Devletinde tazminattan sonra iktisadi alanda yaşanan gelişmeler muhasebeyi etkilemiştir. Tazminat ile getirilen yeniliklere rağmen Osmanlı Devletinde 1860'lı yıllara kadar muhasebe uygulamalarında yada eğitiminde herhangi bir gelişme olmamıştır. Bu dönemde devlet muhasebesinin Osmanlı'nın geleneksel muhasebe düzenine göre yürütüldüğü görülmektedir. 19.yüz yılın ikinci yarısına

46 Seyit Y. Kaygısız; **Genel Muhasebe**, 12. Basım

47 Hüseyin ERGİN, **Muhasebeye Giriş**, 2006 s:19

gelindiğinde Osmanlı Muhasebesi çift yanlı kayıt yöntemi ile tanışmış ve bu yüz yıl sonuna kadar bu yeni sisteme uyum sağlanmaya çalışılmıştır.⁴⁸

2.2 MUHASEBENİN TEMEL KAVRAMLARI

Bu kavamlar muhasebe uygulamalarına yön veren, gerçekleşen bir mali olayın nasıl kayıt edileceğini, kayıt yaparken nelere dikkat edileceğini belirten kavamlardır. Bu kavamlar; Kişilik Kavramı, Sosyal Sorumluluk Kavramı, İşletmenin Süreklliliği Kavramı, Dönemsellik Kavramı, Parayla Ölçülme Kavramı, Maliyet Esası Kavramı, Tarafsızlık Kavramı, Tutarlılık Kavramı, Tam açıklama Kavramı, İhtiyatlilik Kavramı, Önemlilik Kavramıdır.

3. MUHASEBE DENETİMİ NEDİR?

Denetim Kavamları komitesinin tanımına göre Muhasebe Denetimi; İktisadi faaliyet ve olaylarla ilgili iddiaların önceden saptanmış ölçütlerde uygunluk derecesini araştırmak ve sonuçları ilgililere bildirmek amacıyla tarafsızca kanıt toplayan ve bu kanıtları derleyen sistematik bir sonuçtur.⁴⁹

3.1 MUHASEBE DENETİMİNİN AMAÇLARI

Muhasebe Denetiminde amaç, firmanın muhasebesi hakkında bir kanaate ulaşmaktadır. Dolayısıyla firmanın muhasebe işlemleri sonucunda ortaya konulan tablolar, beyanlar v.b konularında doğruluğu araştırılmış olacaktır. Bu açıdan bakıldığından Muhasebe Denetiminin amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:⁵⁰

*Güvenilir bilgi sağlamak

**Olası hata ve hileleri ortaya çıkarmak

***Yönetime önerilerde bulunmak

3.2. MUHASEBE DENETİMİNİN TARİHİ:

Ninova ve Babil'de Milattan önce 3000 (MÖ:3000) yıllarında iktisadi bilgilerin denetlendiğine dair bilgiler bulunmaktadır. Sanayi Devrimine kadar kamu ve özel sektörde mali sorumluluğa sahip kişilerin dürüst davranışının davranışmadıklarına dair araştırmalar yani denetimler yapılmıştır. Sanayi Devriminden 1900 yılına kadar

48 Oktay GÜVEMLİ, *Türk Devletleri Muhasebe Tarihi Tazminattan Cumhuriyet'e* 3. Cilt s:321

49 Maliye Hesap Uzmanları Derneği, *Denetim ilke ve Esasları* 2. Baskı 1999 s:4

50 Gülcancı İren, *Firma Başarısızlıklarını Önlemede Muhasebe ve Muhasebe Denetiminin Rolü*, Ankara 2007 s:66

denetim yöntemi ve amacında değişikliklere neden olacak değişimler oluşmaya başlamıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte işletmeler büyümüş işletme sahipleri işletmenin mali durum ile ilgili daha doğru bilgiler almak için yönetimi profesyonel kişilere devretmişlerdir. Devrettikleri yöneticileri denetlemek için ise bağımsız uzmanlarla anlaşarak işletmeleri denetletmişlerdir. Denetim bir meslek olarak 19. Yüzyılda İngiltere'de önem kazanmıştır.⁵¹ Ülkemizde Muhasebe uygulamaları ekonomik kalkınma ve sanayileşmede yeterli düzeyi yakalayamama, uygulanan ekonomik politikalar v.b. nedenlerle uzun yıllar boyunca Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Usul Kanununda yer alan hükümlere göre şekillendirilmiştir.

Türkiye'de bağımsız denetim mesleğinin başlaması ve gelişmesinde en önemli etken mali piyasalarda faaliyet gösteren banka ve diğer mali kuruluşların talepleri olmuştur. 1960'lı yılların ortalarından itibaren mali piyasalarda faaliyet gösteren bankalar ile yurt dışından fon sağlayan kuruluşlar bağımsız denetim yaptırmaya başlamış 1970'lerden itibaren ise uluslararası bağımsız denetim şirketlerinin Türkiye'de yerlesik olan üyelerinin denetimine başladıkları görülmektedir.

4. DENETİM ÇEŞİTLERİ:

Muhasebe Denetim Çalışmaları çeşitli yönlerden sınıflandırılabilir. Burada denetim çeşitleri kısaca açıklanacaktır:

a) Genel Denetim:

Bir işletmenin her türlü işlem ve kayıtları ile muhasebe çalışmalarının tümünü kapsayan denetim çalışmasıdır.

b) Özel Denetim:

Muhasebenin belli bir konusunda yapılan ve sadece bu konuya ilgili bir kanaat açıklamayı amaçlayan denetimdir. Yolsuzluk incelemesi, bazı muhasebe kalemlerinin incelenmesi gibi denetime özel amaçlı denetim denilebilir.

c) Zorunlu(Yasal) Denetim:

Yasal Hükümler gereğince yapılan denetim çalışmasıdır. Bu denetim türünde çalışmaların ne zaman yapılacağı, nasıl yapılacağı ve kim tarafından yapılacağı kanun ve yönetmelik hükümleri ile belirlenmiştir.

51 Faruk GÜÇLÜ, **Muhasebe Denetimi (İlkeler ve Teknikler)**, s:2-3

d) Uygunluk Denetimi:

Bir örgütün mali işlemlerinin ve faaliyetlerinin belirlenmiş yöntemlere, kural-lara veya mevzuata uygun olup olmadığınn belirlemek amacıyla incelenmesidir. Bu denetim türünde belirlenmiş kriterler farklı kaynaklar tarafından oluşturulur. Uygunluk Denetiminin Amacı, denetlenen firmanın personeli tarafından yapılan işlemlerde, belli bir otorite tarafından konulmuş olan usul ve kurallara uyulup uyulmadığını tespit etmektir.⁵²

e) Mali Tablolar Denetimi:

Günümüzde en fazla gelişmiş ve uygulanan denetim türüdür. Temeli denetçilerin denetledikleri işletmelerin finansal tabloları hakkında bir görüş oluşturmalarına dayanır. Finansal (Mali) Tablolar denetiminin tanımını şu şekilde yapabiliriz: Bir işletmenin finansal tablolarının, finansal durumu ve faaliyet sonuçlarını doğru, dürüst, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine ve yasal düzenlemelere uygun olarak yansıtıp yansıtmadığı konusunda bir görüş oluşturmaktır. Mali Tablolar Denetiminde temel amaç; Bir işletmenin finansal tabloları ile ilgilenmek ve karar almak durumunda olan tarafların bunlara olan güven derecesini artırmaktır.

5. ANALİZ TÜRLERİ:

İşetmelerin Mali Tablolarının denetiminde faydalanan bazı analiz türleri bulunmaktadır. Burada bu analiz türlerine başlıklar halinde kısaca değinilecektir:

5.1. Oran(Rasyo) Analizi:

Rasyolar veya oranlar işletmelerin finansal verilerindeki rakamlardan yola çıkarak oluşan sonuçları özetleyen ve performanslarını kullanmak için kullanılan en uygun araçlardır. Bu sayede işletmenin karlılığı, verimliliği, mali ve likidite durumu hakkında sağılıklı sonuçlara varılabilir.⁵³

5.2. Karşılaştırmalı Tablolar Analizi:

Karşılaştırmalı Tablolar Analizi, bir firmanın en az iki dönemine ilişkin mali tabloların birbirini izleyen yıllara göre karşılaştırmalı olarak hazırlanması

52 Hasan GÜRBÜZ, **Muhasebe Denetimi**,

53 Ali Ceylan, Turhan Korkmaz, İşetmelerde Finansal Yönetim

ve hazırlanan tablolarda bulunan her bir kalemin zamanla göstermiş oldukları değişikliklerin (olumlu/olumsuz) incelenerek sonucun değerlendirilmesidir

Karşılaştırmalı Tablolar Analizinin avantajı; finansal analizi çalışmasına konu olan firmanın olumlu yönleri hakkında bir kanya varılmasıdır.⁵⁴

5.3. Yüzde Yöntemi ile Analiz:

Yüzde yöntemi ile analiz diğer bir ifadeyle Dikey Yüzdeler Yöntemi ile analiz teknigi firmaların finansal yapısını ve faaliyet sonuçlarını incelemek için kullanılır.⁵⁵

5.4. Eğilim Yüzdeleri Yöntemi ile Analiz (Trend Analizi):

Finansal tablolardaki her kalemin uzun bir süre içinde değerlendirilmesi, birbirini izleyen yıllara göre gösterdikleri değişimlerin ortaya konması eğilim yüzdeleri yöntemi ile yapılır. Bu yöntemde önce herhangi bir yıl finansal verileri baz olarak alınarak, bu yılda bulunan bir hesap kalemi değeri 100 kabul edilir. Diğer yıllarda değişikliklerde baz alınan yılın yüzdesi olarak değerlendirilir. Eğilim Yüzdeleri ile analizin amacı; birbirleri ile ilişkili olan hesap kalemlerindeki değişimlerin uzun dönemlerde birbiri ile etkileşimlerini incelemektir.⁵⁶

6. İŞLETME NEDİR?

İşletme; İnsan gereksinimlerini karşılamak ve kar elde etmek amacıyla ekonomik ürün ve hizmetleri üretmek veya pazarlamak için faaliyette bulunan bir örgüttür. İşletmelerin belli başlı amaçları bulunmaktadır. Bu amaçlar şu şekilde sıralanabilir:

- Kar sağlama amacı
- Topluma Hizmet Amacı
- Uzun Dönemli Büyüme
- Tüketicilere nitelikli mal sunma
- Çalışanlara uygun ücret verme
- Toplumsal Sorumluluk

54 Sinem İsmailoğlu, İncecek Sektöründe Finansal Analiz Cola Turka Örneği

55 İsmailoğlu, a.g.e. s:34

56 İsmailoğlu, a.g.e. s:39

6.1. İŞLETME BAŞARISI NEDİR?

Başarı kelime anlamı olarak hedeflenen şeye ulaşmak olarak tanımlanabilir. İşletme Başarısı ise; sürekliliği, büyümeyi içinde bulunan fiili durum ile hedefleri kıyaslayabilmeyi ve firma değerini artırmak için en kısa yolu belirleyebilmeyi ifade eder.

Bir işletmenin başarıya ulaşması için belli başlı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler şu şekilde sıralanabilir:⁵⁷

- a. İnsana yatırım yaparak çalışanların yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olmak
- b. Çalışanların yeteneklerini azami ölçüde kullanabilmek
- c. Karar alma sürecine mümkün olduğu kadar farklı görüşleri katabilmek ve karar verirken bu görüşleri önemsemek
- d. Çalışanlar arasında takım ruhunu geliştirmek
- e. Doğru, yerinde ve zamanında karar alabilmek

7. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMININ İNCELENMESİ:

İşletme açısından sürdürülebilirlik kavramı; işletme konseptinin değişmesiyle birlikte 20. Y.Y'ın başlarından bu yana gelişme gösteren ve uluslararası düzeyde literatüre girmiş bir kavramdır. İşletmelerde sürdürülebilirlik ekonomik anlamda karlılık ve büyümeye odaklıken kurumsal yönetim çerçevesinde sürdürülebilirliğin boyutları sosyal ve çevresel faktörleri de barındıran geniş bir yelpaze halini almaktadır.⁵⁸

Bir işletme yönetimi açısından sürdürülebilirlik ise; İşletmenin faaliyetlerini yerine getirirken yol açıkları sosyal ve çevresel konularda şirketin stratejik ve kar odaklı cevap verme şekli olarak tanımlanmaktadır. Şirketlerin sürdürülebilir bir yapıya sahip olabilmeleri için sürdürülebilir kar elde etmeleri temel şarttır. Ancak kar tek başına şirket sürdürülebilirliği için yeterli değildir. Şirketlerin ekonomik sürdürülebilirliğinin yanında kurumsal ve sosyal unsurlarında sürdürülebilirliğini sağlaması gerekmektedir.⁵⁹

57 İren, a.g.e. s:16

58 Erkan ÖZTÜRK, **Durağanlık Analizi Yöntemiyle Şirket Karlarının Sürdürülebilirlik Durumunun İncelenmesi BİST Uygulaması**, s:7

59 Öztürk, a.g.e. s:18

8. SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME ANLAYIŞI:

Sürdürülebilirlik tanımsal ifadesi ile devamlılığı sağlanabilecek sistem ve süreçlerin bir araya gelmesi ile oluşabilecek bir kavramdır. Sistem ise belirli parçalarдан oluşan; bu parçalar arasında belirli ilişkiler olan ve bu parçaların dış çevreyle olması gereken ilişkisini ele alan bir bütündür. Sistem fiziksel veya fiziksel olmayan kendi aralarında ilişkili ve etkileşen, bir veya daha çok amaca yönelik öğeler kümeleridir. Sistem belli girdileri alarak ve bunlar üzerinde çeşitli işlemler yaparak belli çıktılarla dönüştürür. Süreç ise belirli bir sonuca götüren kademeli değişim, belirli bir sona doğru ilerleyen faaliyetler ve işlemler dizesi olarak tanımlanabileceği gibi; belirli bir amacı gerçekleştirmek için başlangıçtan sonuna kadar birbirine bağlı aşamalardan oluşan bir bütün olarak tanımlanabilir. Bir bütün olarak düşünülen sistemlerin başında Sürdürülebilir İşletme Yönetimi gelmektedir.⁶⁰

Son yıllarda işletmelerde sürdürülebilirlik anlayışını devam ettirebilmeleri için çevre koruma bilincinin arttığı görülmektedir. Bu çerçevede kaynakların verimli kullanımı, atıkların minimize edilmesi, geri dönüştürülmesi, çevre dostu tasarım ve paketleme gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Çevre Korumanın sürdürülebilir işletme anlayışı ile bu kadar bağlantılı olması tüketicilerden gelen taleplerle doğru orantılıdır.

9. SONUÇ VE ÖNERİLER:

Ekonominin temel taşlarından olan firmalar belli bir amaç ve hedef doğrultusunda kurulurlar. Bu amaç ve hedeflere ulaşabilecek şekilde de idari yapılarını oluşturmak durumundadırlar. Firmaların belirlmiş oldukları bu amaç ve hedeflere ulaşabilme için muhasebe sistemlerini de bu amaçlar doğrultusunda oluşturmaları gereklidir. Daha sürecin başında muhasebe sistemlerini ne kadar sağlam ve doğru oluştururlarsa hedeflerine ve amaçlarına ulaşmaları da o kadar kolay olacaktır.

Günümüzde muhasebe anlayışı; sadece geçmişe dönük bir defter e kayıt sistemi olmaktan öte firmanın faaliyetleri ve bunların sonuçları hakkında bilgi alınan bir bilgi sağlama aracı haline gelmiştir. Günümüzde sadece firmanın muhasebe verilerine bakılarak firmanın geçmişi, şuan ki durumu ve hatta gelecekteki durumu yani önceden belirlenmiş dönemlik yada birkaç yıllık hedeflere ulaşılıp ulaşlamayacağı hakkında bilgi sağlamaktadır. Böylece edinilen bu bilgiler saye-

60 Handan TUNÇLUER, **Sürdürülebilirlik, Kalkınma, Pazarlama, Mutlak Organik Tekstil 2011**
s:68-69

sinde yaşanması muhtemel riskler ve sıkıntılar önceden tespit edilerek önlemler alınabilmektedir. Firmalar ve firmaların bilgi sandıkları çevreler açısından bu kadar önemi artan bir muhasebe sisteminin denetiminin de çok kaliteli, günümüz koşullarına uygun ve tarafsız bir şekilde yapılması gerekmektedir.

Makalemizin konusunun temelini oluşturan tezimizde makalemizde de bahsettiğimiz analiz türlerini kullanarak yaptığımız örnek finansal analiz uygulaması neticesin de gördük ki sektöründe başarı hedefleyen bir firma finansal analize ne kadar önem verir, uygular ve analiz sonuçlarını ciddiye alıp sektör hayatını ona göre belirlerse hedeflediği başarıya kısa sürede ulaşacak ve başarıda devamlılığı sağlayacaktır.

Kamusal olarak zorunlu yapılan denetimin yanında işletme sahiplerine ve paydaşlarına sağlıklı ve doğru bir bilgi akışının sağlanabilmesi için yapılan firma içi denetiminde en az kamusal denetim kadar doğru ve tarafsız yapılması gerekmektedir. Bu denetimin tarafsız olabilmesi için; iç denetimi yapacak olan denetçilerin firmayla yada firma sahibi yada üst yönetimi ile herhangi bir maddi yada manevi bağlarının olmamasına dikkat edilmelidir. Böyle bir bağın olması durumunda denetimi yapan denetçiler kendi menfaatlerini düşünerek olan durumu raporlarına yansıtmayacak, firmanın olduğundan daha iyi yada daha kötü görünmesini sağlayarak bilgi talep edenlerin yanılmalarına neden olacaklardır. Bu durum kişilerin yatırıım düşüncelerini olumsuz etkileyecektir.

Kaliteli ve tarafsız bir denetim işletme başarısının sürekliliğini artırmaktadır. Çünkü kaliteli denetim demek sağlık, doğru ve gerçek veri demektir. Elde edilen ve bilgi toplayıcılarla paylaşılan doğru, tarafsız ve gerçek veriler işletme başarısının da devamlılığını artırmaktadır. Doğru ve tarafsız bilgiler sayesinde işletme hisselerine olan talepler artmaka, bu durumda işletmenin başarısını ve bu başarının sürekliliğini artırmaktadır. bir işletmenin devamlı sürdürülebilir bir başarı sağlayabilmesi, kaliteli bir muhasebe yapısına ve bu kaliteli yapının tarafsız ve sağlıklı bir şekilde denetlenmesine bağlıdır.

KAYNAKLAR:

CEYLAN A. KORKMAZ T. (2006) İşletmelerde Finansal Yönetim s:43-45

ERGİN H. (2006) Muhasebeye Giriş, s:19

GÜVEMLİ O. (2000) Türk Devletleri Muhasebe Tarihi(Tazminattan Cumhuriyete) 3. Cilt s:121

GÜÇLÜ F. (2013) Muhasebe Denetimi(İlkeler ve Teknikler) s:2-3

GÜRBÜZ H. (1995) Muhasebe Denetimi s:

KAYGISIZ S. Y. () Genel Muhasebe 12. Basım

MALİYE H.U.D. (1999) Denetim Ülke ve Esasları 2. Baskı s:4

İREN G.(2007) Firma Başarısızlıklarını Önlemede Muhasebe ve Muhasebe Denetiminin Rolü Yüksek Lisans Tezi Gazi Üniversitesi Ankara s:66

İSMAİLOĞLU S. (2016) İçecek Sektöründe Finansal Analiz Cola Turka Örneği Yüksek Lisans Projesi Sakarya Üniversitesi Sakarya s:34-39

ÖZTÜRK E. (2014) Durağanlık Analizi Yöntemiyle Şirket Karlarının Sürdürülebilirlik Durumunun İncelenmesi BİST Uygulaması Doktora Tezi Sakarya Üniversitesi Sakarya s:7

SEVİLENGÜL O.(2016) Genel Muhasebe s:23

TUNÇLUER H. (2011) Sürdürülebilirlik, Kalkınma, Pazarlama, Mutlak Organik Tekstil s:68-69

<http://www.muhasebedersleri.com/genel-muhasebe-2/muhasebenin-temel-kavramlari.html>

http://web.karabuk.edu.tr/muratyildirim/H1_ISL107.pdf

The China Pakistan Economic Corridor (CPEC): TRADE ANALYSIS

Shiza Tahir, Faiqa Shahbaz, Khadija Pervaiz

National University of Computer and Emerging Sciences, Lahore.

Abstract

China-Pakistan Economic Corridor (CPEC) is a structure of territorial availability. The CPEC plans to interface Gwadar Port of Pakistan to China's northwestern district of Xinjiang, by means of a system of roadways, railroads and pipelines. The financial hall is viewed as key to ChinaPakistan relations and will keep running around 2700 km from Gwadar to Kashghar.

This research fundamentally rotates around the idea of logistics' delivery cost and travel time. China needs a short, protected and economical exchanging route to European and Middle Eastern nations. The point of the examination is to check if CPEC is a practical answer for the need. The investigation breaks down the effect of China Pakistan Economic Corridor (CPEC) on trade in terms of the transportation expenses and travel time. Transport and infrastructure are called vital levers of exchange as they help in diminishing the transportation expenses and travel time. The primary purpose is to think about the significance of CPEC and its effect on import and export in terms of expenses and travel time. The research methodology utilized as a part of the investigation follows qualitative and descriptive research. In spite of the fact that it's hard to compute the correct future transportation cost, this investigation considers normal estimation of current road transportation cost.

Keywords: Trade, CPEC, shipping cost, travel time

JEL Codes: F18, F31, F40, N90, O10

1 INTRODUCTION

The location where Pakistan is situated is critical for global trade. Being the main door of Middle East and Central Asia, it assumes an important part in transport economy. It extends direct connection to China for European and Middle Eastern nations. To satisfy its energy necessities, China depends intensely on Middle Eastern countries. The existing route used for trade purposes from

China to Europe and Middle Eastern nations is costly, long and hazardous. Hence, for CPEC projects, China intends to contribute \$46 billion, as it will greatly reduce the shipping time and transportation expense. CPEC can be classified as one of the major investments China has ever done overseas.

OVERVIEW

The focus area of this research is the significance of transportation expense and shipping time. Companies are concerned about the shipment of finished items to their clients. Logistics comprises of the activities such as warehousing, handling of order and transportation. Supply chain network includes the combination of various sectors, like: transportation, material-handling, inventory and warehousing. In business prospects, logistics incorporates all the activities that transfer the products from where they were manufactured to where they have to be used. There are two primary parts of logistics. The first part is means of transport, such as, plane, boats, rail, truck etc., then the other most essential part is infrastructure on which vehicles run effortlessly, for example, streets, thruways, air ways, sea ways. Presently, the two sections of logistics are called crucial pedals of trade and assist in decreasing shipping cost and conveyance time.

In logistics, shipping is an important activity. The determination of transportation mode for the delivery of goods from one place to another is essential. As indicated by Meixell, Norbis, (2008), associations try to assess diverse qualities of shipping for selection of mode. Just travel time and shipping expense are considered as key properties out of every accessible one. The main objective of this study is to analyze the significance of CPEC and its effect on trade in terms of expenses and travel time.

1.1. MOTIVATION AND DESCRIPTION

This research is inspired by the fact that associations are inclined towards a way of conveyance that is short, dependable and inexpensive. Organizations utilize various transportation modes to decrease transportation expense and shipping time. It is extremely hard to upgrade both transportation expense and shipping time at once. For instance; if an organization needs to lessen the shipping time, it can use airways for faster shipment but it will consequently increase the shipping cost.

Every country seeks to discover short trade courses which can decrease the delivery expenses and shipping time. Nations invest in roads, rails and pipelines,

therefore contributing towards the infrastructure of their respective countries which ultimately helps them in improving their activities related to import and export. The infrastructure is a critical component. Suitable infrastructure can possibly reduce the delivery time and transportation expense.

1.2. RESEARCH AIM

The aim of this research is to discover the effect of CPEC on trade in terms of travel time and delivery expenses. The research suggests time and cost effective route. China desires a substitute trading way for Middle Eastern and European nations which is direct, cheap and secure. The primary objective is to validate whether CPEC is a suitable answer to the necessity. CPEC can provide direct connection to Central Eastern and European nations from China. It will give simple means of entry from China to Middle East. It is likely to have an exceptional effect on worldwide import and export activities.

This study figures and analyzes the transportation expenses and travel time of 41-foot holder when transported through current route and proposed route.

1.3. RESEARCH QUESTION

Following are the research questions:

- If there is any negative or positive effect on trade in terms of transportation expenses and shipping time?
- Which route is the most efficient as far as transportation expenses and shipping time is concerned?

2. LITERATURE REVIEW

This project is related to the development and advancement of CPEC and how it will enhance cross border physical infrastructure where cross border infrastructure accessibility will diminish transportation cost and shipping time. Decreased cost pulls in outside help which additionally advances development and trade.

By advancing logistics, companies create values for themselves and customers (**Esper et al., 2007; Mentzer et al., 2001**). Logistics provide great chances for the companies. Numerous organizations underestimate logistics and think of it as an unnecessary expense and not as a key asset. Nevertheless, logistics is a vital

asset, it promotes trade related activities and helps the economy grow (Mentzer et al., 2004).

As indicated by **Tinbergen(1962)** in the Gravity Equation of bilateral trade, the volume of trade is influenced in a positive manner by the extent of financial framework of two nations (estimate is normally measured by GDP of every nation) and inversely identified with the distance between them. This condition is quite a good experimental finding in the writing of global trade. The present activity of CPEC is fairly identified with this condition. The enhanced infrastructure activities will result in increased trade and export performance by decreasing distance and therefore, bringing down transportation cost.

Empirical writing validate the opinion that arrangement of conveyance and additional physical infrastructure can upgrade the performance of export as well as general import and export. Failure of poor physical infrastructure administrations is in charge of decreased import and export volume because of expanded shipping expense and decreased market access. (**Limo and Venables, 2002**).

The connection of transportation cost and infrastructure for clarifying the market access, expanded exchange volume and income per capita in US economy has been examined by **Clark et al - 2003**. The investigation breaks down a tremendous informational arrangement and expresses that port proficiency, separation and exchange volume are critical variables for delivery cost. Most of all, port productivity is essential. Expanded effectiveness of ports tend to drop down the transportation cost by 11.5% where low transportation costs related with enhanced infrastructure would build the import and export volume by 26%.

Transportation plays an important role in manipulating logistics. As logistics have progressed from the 1960's because of the pattern of globalization and nationalization in the last 5-10 years, the significance of logistics administration has been developing in different zones. For organizations, logistics streamlines the current method of distribution and production (**M.Sreenivas, 2008**).

3. METHODOLOGY

The research methodology utilized as a part of the investigation follows qualitative and descriptive approach. The data was collected by means of secondary research.

4. TRADING VOLUME OF CHINA WITH DIFFERENT COUNTRIES

The volume of China's imports and exports with different countries will be discussed here. Trade volume has helped this research to establish the effect of CPEC route on China's trade regarding travel time and transport expense.

4.1. EXPORTS VOLUME OF CHINA TO DIFFERENT COUNTRIES

China is the top country in the field of worldwide export. The table below demonstrates the volume of exports to some of the destination countries in 2015 as indicated by the "Trading Economics".

Table 1: Export Volume to Different Countries (Trading Economics)

| Countries | % of China's Total Exports (2015) | Value in Billions |
|--------------|-----------------------------------|-------------------|
| Germany | 3.9% | \$93 |
| France | 2.12% | \$51 |
| Netherland | 1.9% | \$45.5 |
| Saudi Arabia | 0.91% | \$18.9 |
| Kuwait | 0.20% | \$4.05 |
| Oman | 0.15% | \$1.01 |
| Total | 9.18% | \$213.46 |

As evident from the table, the percentage of China's total exports in 2015 were 9.18% which is approximately equal to \$212.46 billion.

The following pie chart shows % China exports to the countries mentioned above which demonstrates that Germany with 42% and France with 23% are significant importers of Chinese goods.

Figure 1: China's Export Volume to Different Countries (Trading Economics)



IMPORTS VOLUME OF CHINA FROM DIFFERENT COUNRTIES

China stands second in imports. The following table demonstrates the imports volume from some of the destination countries in 2015 according to the United Nations COMTRADE database on international trade.

Table 2: Imports volume from various countries. (Trading Economics)

| Countries | % of China's Total Imports (2015) | Value in Billions |
|--------------|-----------------------------------|-------------------|
| Germany | 5.5% | \$86.9 |
| France | 1.93% | \$19.5 |
| Netherland | 0.77% | \$9.93 |
| Saudi Arabia | 2.9% | \$47.8 |
| Kuwait | 0.68% | \$9.1 |
| Oman | 1.92% | \$19.1 |
| Total | 13.7% | \$192.33 |

The following pie chart shows the % of total China imports from Germany are the highest and Netherland and Kuwait have the lowest percentage.

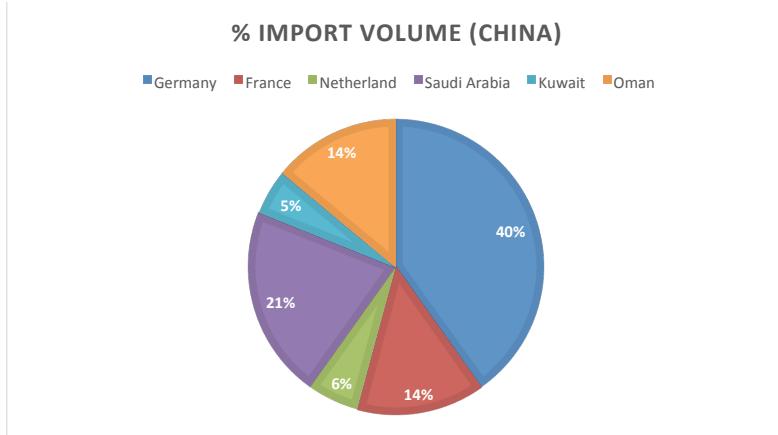


Figure 2: China's Import Volume from Different Countries (Trading Economics)

5. TRANSIT TIME AND SHIPPING COST CALCULATION

This section incorporates the computation of transportation expenses and travel time of one 41-foot holder that will be shipped to destination ports from dry port of Kashgar, China. The emphasis of this segment is on shipping expenses and travel time of 41-foot holder when it is shipped through the current route.

Secondly, transport expenses and travel time of a 41-foot holder is figured if it is shipped via CPEC route.

5.1. CURRENT ROUTE TRANSIT TIME AND SHIPPING COST CALCULATION

In this part, we will discuss as well as calculate the present route dispatching expense and travel time of one 41-foot holder which is shipped to the destination ports from dry port of Kashgar, China. Presently, the shipment is done through the current route which goes through China Sea (CS) and China Road (CR). The route is shown in the following figure.



Figure 3: Current Route

Firstly, via CR, the shipment comes to the port of Shanghai, China from Kashgar, China. Then, it goes to destination ports from port of Shanghai by CS. By simply adding CR and CS we are able to compute the current route travel time and transport cost of a 41 foot holder. Transit times and Sea Freight are accessible and accumulated from various shipping organizations. However, road transport expenses and travel time are computed.

Firstly, we'll calculate the CR transit time and road cost.

CR (CHINA ROAD) - ROAD COST

For the computation of CR part domestic shipping expenses, we will multiply the distance of CR by the normal per kilometer cost of rail or truck. CR part's aggregate distance is approximately 5,097 kilometer as indicated by a few sources online and also as per google-maps. \$0.47 is the average per kilometer cost as per **AW coordination's, 2016**. We have utilized average cost in order to meet the requirements because domestic transport expenses of various local transporters

differs. We multiplied average per kilometer cost and CR distance to calculate CR part domestic transport expenses.

Table 3: Road cost of China Road

| Domestic Transport Cost – China Road | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|----------|---------------------|
| CR Domestic Transport Cost | China Road Distance in kilometers | * | Per kilometers cost |
| CR Domestic Transport Cost | 5,097 | * | \$0.47 |
| CR Domestic Transport Cost | | \$2395.5 | |

From the table we can gather that road transportation expense of CR part is around \$2395.5, this is how much one 41-foot holder will cost to reach port of Shanghai from Kashgar.

CHINA ROAD (CR) – TRANSIT TIME

To calculate CR transit time, aggregate CR part distance is divided by average rail or truck speed in that specific area. Average speed of 45 k/h is used for the purpose of calculations.

Table 4: CR – Transit Road

| Transit Time - China Road | | | |
|---------------------------|----------------|-----------|-----------------------------|
| Transit time - CR | Distance in KM | / | Average rail or truck speed |
| Transit time - CR | 5097 | / | 45 KPH |
| Transit time - CR | | 113 hours | |

Keeping in mind various factors such as; traffic jam, weather conditions and strikes that may increase the transit time, we have added average 30 hours delay in the transit time calculation of CR.

Table 5: Total CR part Transit Time

| Transit time - China Road | | | |
|---------------------------|---------------------------|------------------------------|----------------|
| Transit time - CR | Current road transit time | + | Average delays |
| Transit time - CR | 113 hours | + | 30 hours |
| Transit time - CR | | <u>143 hours or 5.9 days</u> | |

According to the results, it takes about 143 hours for a 41-foot holder to reach from Kashgar to Shanghai.

Now, with the help of the figures calculated above, transit time and shipping cost of the current route will be determined.

5.1.1 SHIPPING COST OF CURRENT ROUTE

Port of Kashgar, China is the starting point in any case. Initially, the delivery reaches Shanghai port via CR, afterwards, it moves for destination port by CS. To calculate the current shipping cost, we will add the shipping cost of CS part and CR part. CR road cost is calculated in table 3. Sea freight for Middle

East is taken from China shipping, MSC and CMA and Sea freight for Europe is taken from MSC Lines and CMA. To compute delivery cost of one 41-foot holder, CS part and CR part shipping cost is added.

$$\text{Current route shipping cost} = \text{CR road cost} + \text{CS sea freight}$$

Table 6: Current route freight.

| Origin Port | Target port | (As calculated in table 3) | China Sea (Sea Freight) (Shanghai to Target Ports) | Total Freight |
|------------------|-------------|--|--|-----------------|
| | | China Road (Road freight) (Kashgar- Shanghai) | | |
| Kashgar China | Hamburg | \$2300 - \$2400 | \$2200 - \$2300 | \$4500 - \$4700 |
| | Le Havre | \$2300 - \$2400 | \$2200 - \$2300 | \$4500 - \$4700 |
| | Rotterdam | \$2300 - \$2400 | \$2200 - \$2300 | \$4500 - \$4700 |
| | Jeddah | \$2300 - \$2400 | \$1600 - \$1800 | \$3900 - \$4200 |
| | Kuwait | \$2300 - \$2400 | \$1600 - \$1800 | \$3900 - \$4200 |
| | Oman | \$2300 - \$2400 | \$1500 - \$1600 | \$3800 - \$4000 |

TRANSIT TIME OF CURRENT ROUTE

To calculate the total transit time of one 41 foot holder, we will add CR transit time and CS transit time.

$$\text{Current route transit time} = \text{CR transit time} + \text{CS transit time}$$

Table 7: Transit time of current route

| Starting point | Final Port | (As calculated in table 4) CR (transit time) (Kashgar-Shanghai) | CS (transit time) (Shanghai to Destination Ports) | Over-all transit time |
|----------------|------------|---|--|-----------------------|
| Kashgar China | Hamburg | 5-6 Days | 25 – 30 Days | 30 – 36 Days |
| | Le Havre | 5-6 Days | 25 – 30 Days | 30 – 36 Days |
| | Rotterdam | 5-6 Days | 25 – 30 Days | 30 – 36 Days |
| | Jeddah | 5-6 Days | 10 – 15 Days | 15 – 21 Days |
| | Kuwait | 5-6 Days | 10 – 15 Days | 15 – 21 Days |
| | Oman | 5-6 Days | 8 – 12 Days | 13 – 18 Days |

For sea transit time, the online website CMA – CGM was referred.

5.2. CPEC ROUTE – TRANSIT TIME AND SHIPPING COST CALCULATION

In this segment, the shipping cost and transit time of a 41 foot holder via CPEC route is calculated. The proposed route of CPEC is based on Sea and Road, known as Pakistan Sea (PS) and Pakistan Road (PR).

As far as route of CPEC is concerned, initially, the delivery comes from Kashgar, China via PR (Pakistan Road) to the port of Gwadar, Pakistan. Then, it goes to various destination ports via PS (Pakistan Sea) from Gwadar seaport.

The following figure shows the route:

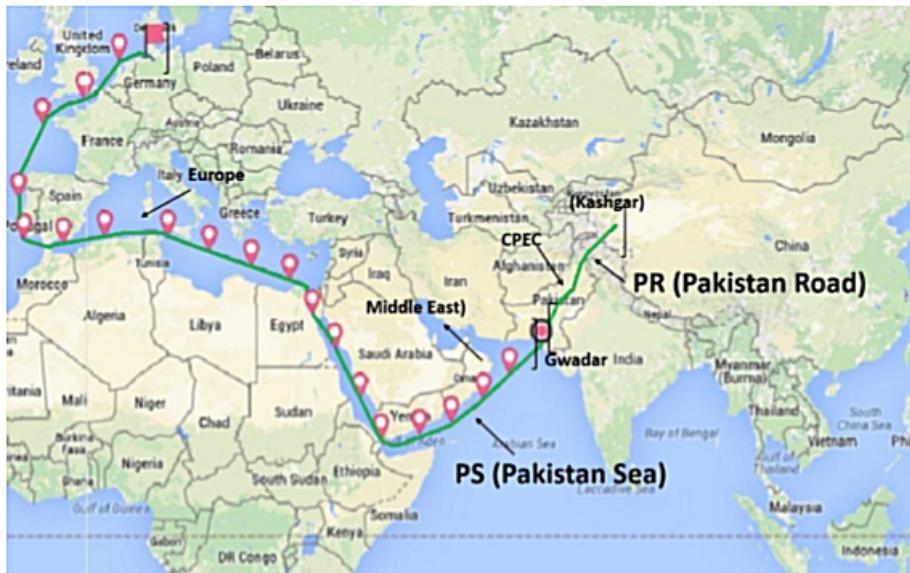


Figure 4: CPEC Route

Pakistan Sea (PS) part travel time and shipping expenses are accessible from transportation organizations. Gwadar port isn't yet completely functional and rates are not accessible, so seaport of Karachi is near Gwadar port and nearly has a similar distance from all destination ports. Pakistan Road - road expenses and travel time is computed by the accumulated information.

Now, we'll calculate the PR – Road Cost.

PAKISTAN ROAD (PR) – ROAD COST

For Pakistan Road (PR) road cost to calculate PR part domestic transport expenses (road cost), we multiply the distance of PR part by the normal per kilometer rail or truck cost. Aggregate distance of PR part is around 2,750 KM as indicated by various online sources and google maps. Combined Freight International (Combined cargo, 2016) indicates the normal per kilometer cost of \$0.23. Road expenses of various neighborhood transporters shifts so normal average cost is used to satisfy the prerequisite.

Table 8: Road cost – PR

| Domestic Transport Cost - Pakistan Road | | | |
|---|------------------------|---|---------------------|
| PR domestic transport cost | Distance in kilometers | * | Per kilometers cost |
| PR domestic transport cost | 2750 | * | 0.23 |
| PR domestic transport cost | | | \$632.5 |

By means of the Pakistan Road (PR), at the cost of \$632.5, one 41-foot holder will be shipped to Gwadar, Pakistan from Kashgar, China.

PAKISTAN ROAD (PR) – TRANSIT TIME

PR part total distance is divided by average rail or truck speed in that specific area. Average speed of 45 k/h is used for the purpose of calculations.

Table 9: Transit time - PR

| Transit Time - Pakistan Road | | | |
|------------------------------|------------------------|---|-----------------------------|
| Transit time - PR | Distance in kilometers | / | Average truck or rail speed |
| Transit time - PR | 2750 | / | 45 |
| Transit time - PR | | | 61 hours |

Keeping in mind various factors such as; traffic jam, weather conditions and strikes that may increase the transit time, we have added average 28 hours delay in the calculation of PR transit time.

Table 10: Total transit time (PR)

| Transit Time - Pakistan Road | | | |
|------------------------------|---------------------------|---|----------------------|
| Total CPEC transit time | Current road transit time | + | Average delays |
| Total CPEC transit time | 61 hours | + | 28 hours |
| Total CPEC transit time | | | 89 hours or 3.7 days |

According to this table, it takes about 3.7 days or 89 hours for a 41-foot holder to reach to Gwadar – Pakistan from Kashgar – China, through Pakistan Road (PR).

4.2.1 SHIPPING COST OF CPEC ROUTE

The route of CPEC is likewise in view of sea and road transportation called PS and PR as demonstrated in Figure 5. Port of Kashgar, China is the starting point in any case. Initially, the delivery reaches Gwadar port via PR, then, via PS, it moves for destination port. To estimate the shipping expense of a 41-foot holder through CPEC route, this research includes PR part road cost and PS part sea freight. Sea freight for Middle Eastern nations is taken from Hapag Lloyd, CMA and MSC and sea freight for European nations is taken by MSC lines and CMA. To calculate shipping expense of one 41-foot holder, PS and PR part transportation cost is incorporated.

$$\text{CPEC route shipping cost} = \text{PR road cost} + \text{PS sea freight}$$

Table 11: CPEC route – Shipping Cost

| Origin Port | Destination port | (Taken from table 8) CR (Road freight) (Kashgar-Shanghai) | CS (Sea Freight) (Shanghai to Destination Ports) | Total Freight |
|-------------------|------------------|---|--|-----------------|
| Kashgar, China | Hamburg | \$600 - \$700 | \$1700 - \$1800 | \$2300 - \$2500 |
| | Le Havre | \$600 - \$700 | \$1700 - \$1800 | \$2300 - \$2500 |
| | Rotterdam | \$600 - \$700 | \$1700 - \$1800 | \$2300 - \$2500 |
| | Jeddah | \$600 - \$700 | \$800 - \$900 | \$1400 - \$1600 |
| | Kuwait | \$600 - \$700 | \$800 - \$900 | \$1400 - \$1600 |
| | Oman | \$600 - \$700 | \$200 - \$300 | \$800 - \$1000 |

In the next part, the transit time of proposed CPEC route will be calculated.

4.2.2 TRANSIT TIME OF CPEC ROUTE

To calculate the total transit time of one 41 -foot holder, we will add PS part transit time and PR part transit time.

Table 12: CPEC Route – Transit Time

| Starting point | Final Port | (As calculated in table 10) Pakistan Road (Transit Time) (Kashgar-Gwadar) | Pakistan Sea (Transit Time) (Gwadar to Destination Ports) | Over-all transit time |
|----------------|------------|---|---|-----------------------|
| Kashgar China | Hamburg | 4 – 5 Days | 24 – 28 Days | 28 - 33 Days |
| | Le Havre | 4 – 5 Days | 24 – 28 Days | 28 - 33 Days |
| | Rotterdam | 4 – 5 Days | 24 – 28 Days | 28 - 33 Days |
| | Jeddah | 4 – 5 Days | 8 – 11 Days | 12 - 16 Days |
| | Kuwait | 4 – 5 Days | 4 – 6 Days | 8 - 11 Days |
| | Oman | 4 – 5 Days | 7 – 10 Days | 11 - 15 Days |

Sea transit time was taken from the online website CMA – CGM.

6. FINDINGS

In this section, the findings of this research are discussed. The way CPEC will impact trading activities as far as transit time and shipping cost are concerned. We are basically addressing the research questions here.

- “If there is any positive or negative effect on trade in terms of transportation expenses and delivery time?”

The primary purpose of this research is to discover the effect of CPEC on Chinese store network of exports and imports. CPEC will place affect in two measurements in terms of delivery cost and travel time. The calculations made above demonstrate that there is a positive effect on the transportation cost and conveyance time.

The transportation expenses will be diminished by \$1763 with every 41-foot holder that is exported or imported from European destination. Travel time will be diminished by 7 to 9 days from European nations. For Middle Eastern nations on which China vigorously depends on satisfying its vitality necessity, the delivery cost will be decreased by \$2000 to \$2500, and travel time will be 11 to 15 days for every 41-foot holder.

- “Which route is the most efficient as far as transportation expenses and shipping time is concerned?”

Based on the calculations made in the previous sections, it is clear that the CPEC route, which is based on sea and road, known as Pakistan Sea (PS) and Pakistan Road (PR), is the most efficient one. The shipping time is greatly reduced as well as the shipping cost.

The shipping cost of the CPEC route is approximately 39% less as compared to the current route. China can save significant amounts while trading with various nations via CPEC route.

7. DISCUSSION AND CONCLUSION

This section includes discussion and conclusion on the basis of the results calculated above.

7.1 DISCUSSION

Considering the results of the proposed CPEC route, the reduced shipping time and cost, we realize that CPEC is a viable answer to the need. Nowadays, the companies want to receive raw materials and ship the finished products to the customers at their earliest. This will only happen if there is a quick, safe and cheap route to import and export the products.

6.2 CONCLUSION

China is the world's biggest importer and exporter of products. Presently, as indicated by Trading Economics, China is positioned first in the world with total exports volume of \$2.30 trillion. In case of imports, china is positioned second biggest importer with imports volume of \$1.56 trillion.

The primary aim of this research is to discover the effect of CPEC on exports and imports of trade. Results demonstrate that store network would be able to

save about \$40.9 billion on its exports and imports in terms of delivery cost. The distance will be reduced by approximately 11,000 to 12,000 km with the proposed CPEC route, because of which transit time will also decrease. As this is a shorter and more direct route, the shipping expenses will likewise reduce by a significant amount.

Overall, CPEC is a good investment and it'll have a significant impact on world trade. It'll likewise strengthen the relationship between China and Pakistan.

REFERENCES

(n.d.). Retrieved from Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/323456687_Pakistan

(n.d.). Retrieved from Fp.brecorder: <https://fp.brecorder.com/2017/03/20170326157937/>

Atlas Media. (n.d.). Retrieved from https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/chn/AW_LOGISTICS.

(n.d.). Retrieved from <https://www.aw-logistics.org/CPEC GOV>.

(n.d.). Retrieved from <http://cpec.gov.pk/news/79>

Dawn News. (n.d.). Retrieved from <https://www.dawn.com/news/1304447>

Pak Observer. (n.d.). Retrieved from <https://pakobserver.net/trade-prospects-under-china-pakistan-economic-corridor-project/>

PC.GOVE.PK. (n.d.). Retrieved from <http://pc.gov.pk/uploads/cpec/LTP.pdf>

The Diplomat. (n.d.). Retrieved from <https://thediplomat.com/2015/05/the-china-pakistan-economic-corridor-potential-and-vulnerabilities/>

Trading Economics. (n.d.). Retrieved from <https://tradingeconomics.com/>

Tribune Pakistan. (n.d.). Retrieved from [tribune.com.pk: https://tribune.com.pk/story/1658200/2-pakistan-china-trade-surges-cpec-fa/](https://tribune.com.pk/story/1658200/2-pakistan-china-trade-surges-cpec-fa/)

EKONOMİK BÜYÜME VE TARIMSAL BÜYÜME ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİ: TÜRKİYE VE HOLLANDA İÇİN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Mehmet ÇINAR⁶¹, Eda PALYOŞ⁶²

Özet

Küreselleşen bir dünyada kaynakların sınırlı olması, teknolojik gelişmelerle bağlı olarak imkânların artması, ülkeleri tarım toplumu olmaktan ziyade sanayileşen bir toplum haline getirmiştir. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye, küreselleşme sürecinde belirli dönemlerde tarım sektöründen uzaklaşma eğilimi gösterdiğini gözlemlemektedir. 1970-2016 dönemi için incelendiğinde, tarımsal gelirlerin GSYİH içindeki payının zaman zaman azaldığı, ancak artmaya devam ettiği söylenebilir. Bu nedenle, Türkiye'nin tarımsal gelirleri ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkiyi incelemek önemlidir. Aynı zamanda, tarım sektörü dünyanın en büyük ikinci tarım ve gıda ihracatçısı olan Hollanda'da giderek daha da önem kazanmaktadır. Küreselleşen dünyada tarım sektöründen ziyade sanayi sektörüne önem vermeye başlayan Türkiye ile yenilikçi tarımsal teknoloji sayesinde tarım sektörünün öneminin günden güne arttığı Hollanda'nın tarım gelirlerinin büyümeye ile olan ilişkilerinin nasıl olduğu merak konusu uyandırmaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, Türkiye ve Hollanda'da, tarım gelirlerindeki büyümeye ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkiyi incelemek adına yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada, 1970-2016 dönemi tarım gelirleri büyümesi ve ekonomik büyümeye verileri kullanılarak Türkiye ve Hollanda için zaman serisi analizi yapılmıştır. Uygulanan birim kök testleri sonucunda, her iki ülkenin gerek ekonomik büyümeye gerekse tarım gelirleri büyümeleri durağan bulunmuştur. Değişkenler arasındaki dinamik ilişkinin belirlenmesi amacıyla; Sims (1980) simetrik VAR, Hatemi-J (2014) asimetrik VAR analizleri ile Granger (1969) ve Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik analizleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, Türkiye için iki değişken arasında hem simetrik hem de asimetrik etki bağlamında tarım gelirlerinden

61 Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi, Ekonometri Bölümü, mcinar@uludag.edu.tr.

62 Öğr. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi, Hopa Meslek Yüksekokulu; Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, eda_palyos@artvin.edu.tr.

ekonomik büyümeye doğru bir etkinin (nedenselliğin) olduğu yönündedir. Ancak pozitif etki için nedenselliğin çift yönlü olduğu bulunmuştur. Ampirik bulgular Hollanda için durum farklı olduğunu ortaya koymaktadır. Hollanda için simetrik etkinin olmadığı sonucu elde edilmiştir. Ancak hesaplanan asimetrik etki sonuçları incelendiğinde ise, Hollanda için de tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir etki olduğu ve bu etkinin pozitif şoklar bağlamında daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dolayısıyla Hollanda için tarım gelirleri ile ekonomik büyümeye arasında asimetrik etkinin varlığından bahsedilebilir.

Anahtar Kelimeler: Tarım Geliri, Ekonomik Büyüme, Nedensellilik,

JEL kodları: C22,O10,Q10

DYNAMIC RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC GROWTH AND AGRICULTURAL GROWTH: A COMPARATIVE ANALYSIS FOR TURKEY AND THE NETHERLANDS

Abstract

In a globalizing world, the limited availability of resources, the increasing availability of opportunities depending on technological developments, have render the countries an industrialized society rather than an agricultural society. Therefore Turkey, which is among the developing countries, is observed that there is a tendency to move away from the agricultural sector in certain periods within globalization. When examined for the period 1970-2016, it can be said that the share of agricultural incomes in GDP is decreasing from time to time, but it continues to increase. Therefore, examining the relationship between Turkey's agricultural incomes and economic growth is important. At the same time, the agriculture sector is becoming increasingly important in the Netherlands, which is the world's second largest agricultural and food exporter in the world. In a globalized world, how the relationship between agricultural income and economic growth of Turkey, which raises the industry sector rather than the agricultural sector, and Netherlands, which in the innovative agricultural technology through the growth of the agricultural sector has increased day by day, is raises curiosity.

Therefore, this study is made on behalf of examining the relationship between economic and agricultural income growth in Turkey and the Netherlands. In this respect, in the study, using agricultural income growth and economic growth

data in 1970-2016 periods, time-series analysis was conducted for Turkey and the Netherlands. As a result of the applied unit root tests, economic growth and agricultural incomes growth was found to be stationary, for both countries. In order to determine the dynamic relationship between the variables; Sims (1980) symmetric VAR, Hatemi-J (2014) asymmetric VAR analyzes and Granger (1969) and Hatemi-J (2012) asymmetric causality analyzes were used. According to the findings, there are both symmetric and asymmetric affects proper (causation) from agricultural income to economic growth relationship between two variables for Turkey. However, it was found that the causality is bi-directional for a positive effect. Empirical findings reveal that the situation is different for the Netherlands. It is found that there is not a symmetrical affects for Netherlands. However, when the calculated asymmetric affect results are examined, it is concluded that the Netherlands has an affect from agricultural income growth to economic growth relationship between two variables, and this effect is stronger as part of positive shocks. Consequently, for Netherlands, the existence of asymmetric effect between agricultural income and economic growth can be mentioned.

Anahtar Kelimeler: Agricultural Income, Economic Growth, Casualty

JEL Codes: C22,O10,Q10

1. GİRİŞ

Geçmiş yıllar boyunca çeşitli uygarlıklara ve bu uygarlıkların tarımsal faaliyetlerine ev sahipliği yapmış bir coğrafyaya sahip olan Türkiye'de tarım sektörü ekonomi de önemli bir yer teşkil etmektedir. Tarım sektörü, Cumhuriyetin kuruluşundan beridir Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişiminde çok önemli görevler üstlenmiş ve üstlenmeye de devam etmektedir. Tarım; ülke nüfusunun beslenmesi, milli gelire ve istihdama katkısı, sanayi sektörüne hammadde sağlamaası, sanayiye sermaye aktarması, ihracata doğrudan ve dolaylı olarak katkısı, biyolojik çeşitlilik ile ekolojik dengeye olan katkıları nedeniyle tüm dünyada vazgeçilmez ve gıda üretiminin güvenliği nedeniyle de stratejik bir sektör niteliğindedir (Silsüpür, 2011).

Tarımın Türkiye ekonomisindeki önemi nispi olarak azalmış olmakla birlikte, yurt外ci gıda gereksiniminin karşılanması, sanayi sektörüne girdi temini, ihracat ve yarattığı istihdam olanakları açısından halâ büyük önem taşımaktadır.

2017 yılında toplam nüfusu 80.810.525 olan Türkiye'nin, toplam tarım alanı 37992 iken; toplam tarım alanının 15532'sini ekilen alan, 3697'sini ise nadas alanı oluşturmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin, küreselleşme süreciyle birlikte, belirli dönemlerde tarım sektöründen uzaklaşma

eğilimi gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu nedenle, Türkiye'nin tarımsal gelirleri ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkiyi incelemek önemlidir.

Aynı zamanda, tarım sektörü, dünyanın en büyük ikinci tarım ve gıda ihracatçısı olan Hollanda'dagiderek daha da önem kazanmaktadır. Küreselleşen dünyada tarım sektöründen ziyade sanayi sektörüne önem vermeye başlayan Türkiye ile yenilikçi tarımsal teknoloji sayesinde tarım sektörünün öneminin günden güne arttığı Hollanda'nın tarım gelirlerinin, büyümeye ile olan ilişkilerinin nasıl olduğu merak konusu uyandırmaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, Türkiye ve Hollanda'da, tarım gelirlerindeki büyümeye ile ekonomik büyümeye arasındaki ilişkiyi incelemek adına yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada, 1970–2016 dönemi tarım gelirleri büyümesi ve ekonomik büyümeye verileri kullanılarak Türkiye ve Hollanda için zaman serisi analizi yapılmıştır.

2.LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

Literatüre bakıldığından tarım gelirindeki büyümeye ve ekonomik büyümeye arasındaki ilişki üzerine ekonometrik analiz bağlamında yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Literatürde konuya ilgili olan az sayıdaki çalışmalar ise şunlardır;

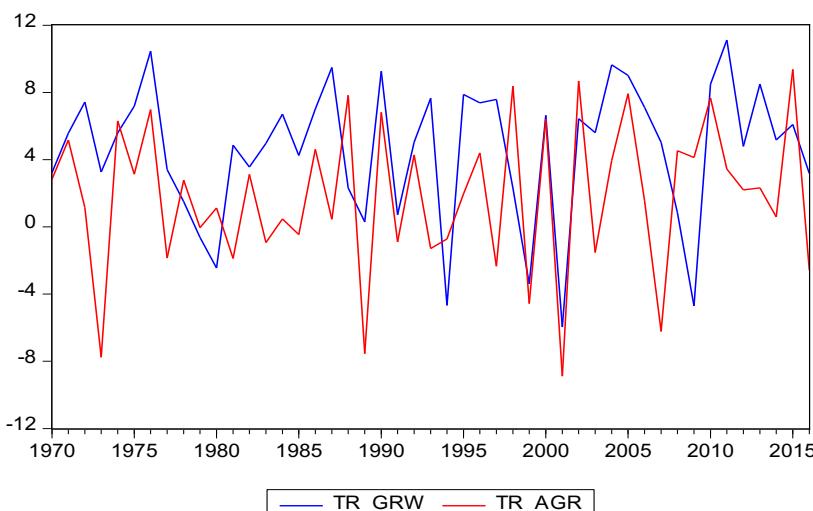
Hussian A. ve Khan A. , (2011), 1961-2007 döneminde Pakistan'daki GSYİH büyümeye oranında tarım sektörünün katkılarını analiz etmişlerdir. Verilerin duраğanlığını kontrol etmek için Artan Dickey Fuller (ADF) testi; optimum ADF gecikmesini seçmek için ise, Akaike Bilgi Ölçütü (AIC) kullanılmışlardır. Ayrıca, serideki uzun süreli ilişkiyi tespit etmek için Johenson Eş bütünlleşme testi (Olabilirlik Oranı istatistiği) kullanılmıştır. Sıradan En Küçük Kareler yöntemi, tarımsal büyümeye oranının GSYİH büyümeye oranına olan katkısını göstermek için kullanılmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, tarımsal büyümeye oranındaki % 1'lik artışın GSYİH artış hızında % 0,34'lük bir artışa yol açtığını ortaya koymuştur. Açıklayıcı değişken (tarımsal büyümeye oranı), hem% 1 hem de% 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Çalışma sonucunda ise Hükümetin Pakistan'da tarımsal büyümeye yoluyla GSYİH büyümeyi hızlandırması önerilmektedir.

Xuezhen W. ve Shilei W., Feng G. , (2010), Ekonomik büyümeye ve tarımsal büyümeye arasındaki ilişkiyi Çin Örneği üzerinde incelemiştir. Çalışmada 1952-2007 dönemi için Çin'de, tarım ve ekonomik büyümeye arasında her zaman olumlu bir ilişki olduğunu ve tarımın ekonominin büyümeye nasıl katkı sağladığını ele alan ekonometrik model analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda tarımın GSYİH içindeki payı zamanla önemli ölçüde azalmış olsa da, tarımsal

büyümenin katkısı fiyat endeksinin ortadan kaldırılması ile yükseliş eğilimini sürdürmüş ve önemli bir pazar, döviz, finans ve iş yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca ekonomik büyümenin güçlü bir şekilde tarım sektöründeki daha yüksek bir GSYİH büyümeye oranına ihtiyaç duyması gerekmeyeceği, Çin'in tarımı besleyen endüstriyi geliştirmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca Çin'in Tarımsal katkıları artırmalı, kırsal iş gücü transferini teşvik etmeye, kırsal bölge sakinlerinin tüketim düzeyini yükseltmeye, ihracatı teşvik etmeye ve çiftçi gelirini artırmaya devam etmesi ve böylece ulusal ekonomi hızla ve düzenli bir şekilde gelişmesi gerektiği belirtilmiştir.

3. AMPİRİK BULGULAR

Çalışmada tarım gelirlerindeki büyümeye ve ekonomik büyümeye arasında arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, 1970–2016 dönemi Tarım Gelirleri büyümesi ve Ekonomik büyümeye verileri World Development Indicators (WDI) internet sitesinden temin edilmiştir. İlk olarak değişkenlere ilişkin zaman zaman yolu grafiği Şekil 1'de gösterilmektedir.



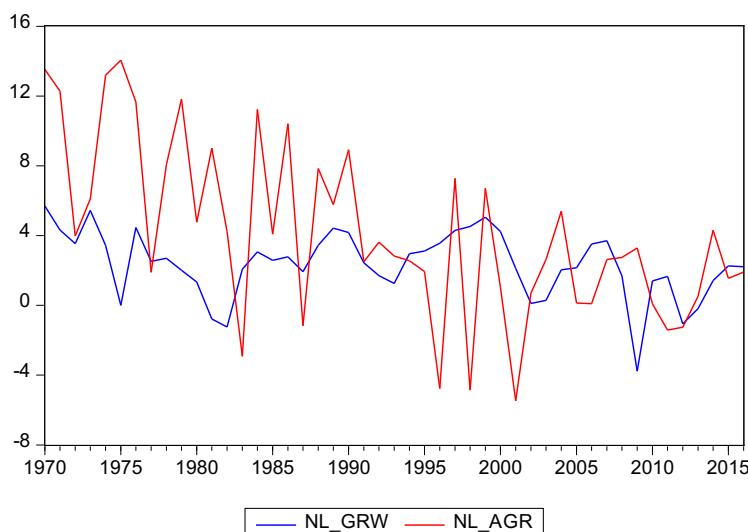
Şekil 1: Türkiye için Ekonomik Büyüme ve Tarımsal Büyüme Zaman Yolu Grafiği

Tarım Gelirleri (TR_AGR) ile Ekonomik Büyüme (TR_GRW) arasındaki ilişki incelenmeden önce, Şekil 1'de zaman yolu grafikleri verilmiştir. Dikkat edilirse çalışma 1969-2016 dönemi içermektedir. Bu dönemde ülkede birçok ekonomik

kriz (1994, 2001, 2008) veya siyasal istikrarsızlık (1974, 1980, 1990, 1997) meydana geldiği bilinmektedir. Dolayısıyla bu ekonomik ve/veya siyasal gelişmeler ilgili seriler üzerinde etkilere sahip olabilmektedir. Şekil 1 incelendiğinde, tarımsal gelirlerde meydana gelen küçülme yılları çoğu dönemde ekonomik küçülme ile aynı döneme gelmektedir. Her iki serideki en belirgin küçülmenin 2001 krizinde meydana geldiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle 2001 krizinde tarım gelirlerinde %-8.9 küçülme ve ekonomik büyümeye ise % -5.96 küçülme meydana gelmiştir. Bunun dışında tarım gelirlerindeki küçülme yıllarının belirgin olduğu yıllar; 1973, 1989, 1999, 2001 ve 2007 yıllarıdır. Buna karşın ekonomik büyümeye değişkeninde yaşanan belirgin küçülme yılları; 1980, 1994, 1999, 2009 yıllarıdır. Tersine her iki serideki büyümeye yılları incelendiğinde, çoğu dönemde birlikte pozitif değerler aldıkları görülmektedir. Ancak Şekil 1 incelendiğinde ekonomik büyümeyenin en yüksek olduğu (%11.11) yılın 2011 yılı, tarımsal büyümeyenin en büyük olduğu (%9.37) dönemin ise 2015 yılıdır.

Nihayetinde Türkiye için ekonomik büyümeye ortalamasının %4.57 olduğu, ancak tarımsal büyümeye oranının ise %1.81 olduğu görülmektedir.

Şekil 2'de ise Hollanda için ekonomik ve tarımsal büyümeye oranlarının zaman yolu grafiği verilmektedir:



Şekil 2: Hollanda için Ekonomik Büyüme ve Tarımsal Büyüme Zaman Yolu Grafiği

Şekil 2 incelendiğinde özellikle tarımsal büyümeye (NL_AGR) ortalamasının 1970 sonrasında azalma eğilimde olduğu görülmektedir. Dikkat edilen husus özellikle 1980 yılı öncesinde tarımsal büyümeye ortalaması %9.21 iken, 1990 sonrasında büyümeye oranlarında biz azalış meydana geldiği görülmektedir. Buna rağmen Hollanda'nın tarımsal büyümeye ortalaması %4.16 düzeyindedir. Örneğin, 2001 krizi Hollanda tarımsal büyümeye en derin etkiyi göstererek %-5.47 küçülme yaşandığı görülmektedir. Hollanda ekonomik büyümeye (NL_GRW) oranları incelendiğinde ise, tarımsal büyümeye göre daha istikrarlı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Buna rağmen Hollanda da 2008 krizinden etkilenerek, %-3.77 küçülme yaşanmıştır. Dikkat edilen temel husus Hollanda ekonomik büyümeye oranının %2.36 oranında olduğunu söyleyebiliriz.

Şekil 1 ve Şekil 2'de Türkiye ve Hollanda'nın her iki serisinde de belirli bir ortalama etrafında saçılışı görülmektedir. Bu durum yukarıda ifade edilen ekonomik ve/veya siyasal krizlerin seriler üzerindeki etkilerinin geçici olduğu izlenimi vermektedir. Fakat nihai sonuca ulaşmak amacıyla her bir serinin durağanlık analizlerini uygulamak gerekmektedir. Seri veya seriler durağan çıktılarında meydana gelen şokların etkilerinin geçici olduğu, buna karşın durağan-dışı olduğunda ise meydana gelen şokların kalıcı olduğu anlamını bulunmaktadır.

Buna göre Tablo 1'de zaman serilerine uygulanan birim kök testi sonuçları verilmektedir.

Tablo 1: Birim Kök Testi Sonuçları

| | DEĞİŞKENLER (Model Kalıbı) | ADF(k) | KPSS |
|----------|-------------------------------|----------------------------|-----------------------|
| TÜRKİYE | TR_GRW (Kesmeli ve Trendsiz) | -4.773599 ^a (3) | 0.059796 |
| | TR_AGR (Kesmeli ve Trendsiz) | 11.61223 ^a (0) | 0.264508 |
| HOLLANDA | NL_GRW (Kesmeli ve Trendsiz)) | -3.864812 ^a (1) | 0.294750 |
| | NL_AGR (Kesmeli ve Trendli) | -7.828500 ^a (0) | 0.148812 ^b |

Not: ^a %1 düzeyinde ve ^b %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Türkiye'nin ekonomik büyümeye ve tarımsal büyümeye oranları için hiyerarşik süreç yaklaşımıyla uygun model kalibinin kesmeli ve trendsiz model olduğu görülmektedir. Kesmeli model çerçevesinde uygulanan ADF(1979, 1981) ve KPSS(1992) birim kök testleri benzer sonuçlar üretmişleridir. Diğer bir ifadeyle, ADF(1979,

1981) testi için sıfır hipotezinin red edilmesi serinin durağan olduğu anlamı taşırken, KPSS(1992) testinde hipotezler ters kurulmakta ve sıfır hipotezinin red edilememesi serinin durağan olduğunu göstermektedir. O halde hem ekonomik büyümeye hem de tarımsal büyümeye serileri durağandır.

Hollanda için bulunan sonuçlar incelendiğinde Türkiye sonuçlarına temelde benzerdir. Yani Hollanda için ekonomik büyümeye serisinin yine hiyerarşik süreç yaklaşımıyla optimal modelin kesmeli ve trendsiz model olduğu bulunmuştur. Kesmeli model çerçevesinde ADF testi için sıfır hipotezi red edilmekte, KPSS testi içinse sıfır hipotezi red edilememektedir, Yani Hollanda için ekonomik büyümeye serisi durağandır. Son olarak Hollanda tarımsal büyümeye serisi için optimal model kesmeli ve trendli model olmasına rağmen yine ADF birim kök testine göre sıfır hipotezi %1 düzeyinde red edilmektedir. KPSS birim kök testlerine göre de %1 için tarımsal büyümeye serisi durağan bulunmuştur.

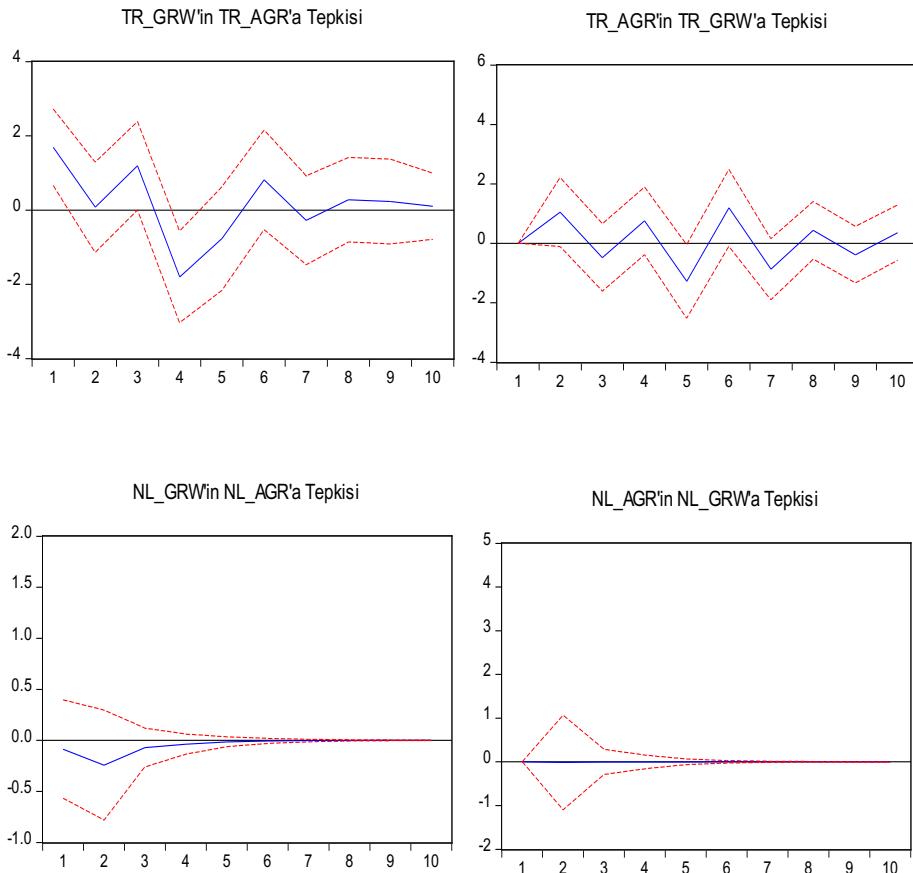
Birim kök testi sonuçları, ekonomik büyümeye ve tarımsal büyümeye serilerinin hem Türkiye hem de Hollanda için durağan olduğunu ortaya koymaktadır. O halde zaman içerisinde meydana gelen şokların seri üzerinde geçici bir etki oluşturduğu söylenebilir.

3.1. VEKTÖR OTOGRESİF (VAR) MODELİ

İki ülkenin ekonomik büyümeye ve tarımsal büyümeye oranları arasındaki ilişkiler araştırılırken, ilk olarak bu kısımda Vektör Otoregresif (VAR) Modeller üzerinde durulmaktadır. Burada hem simetrik hem de asimetrik etkiler dikkate alınmaktadır.

3.1.1. Sims (1980) Simetrik VAR Modeli Analizi

İlk olarak Türkiye için TR_GRW ve TR_AGR arasındaki dinamik ilişki incelenirken, öncelikle Vektör Otogresif (VAR) Model için optimal gecikme sayısının belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla birçok kriter kullanılabilmesine rağmen, çalışmada Akaike Info Kriteria (AIC), Hannan-Quinn (HQ), Olabilirlik Oranı (LR) ve Nihai Öngörü Hatası (FPE) ölçütleri dikkate alınmıştır. Buna göre ilgili kriterler çerçevesinde optimal modelin VAR(5) olduğu görülmektedir. Buna karşın Hollanda için ilgili kriterler çerçevesinde optimal gecikmeli model VAR(1) modeli olarak bulunmuştur. Buna göre Türkiye için VAR(5), Hollanda için ise VAR(1) modeli çerçevesinde tahmin edilen model temeliyle hesaplanan Etki-Tepki fonksiyonu Şekil 3'te gösterilmektedir.



Şekil 3: Türkiye ve Hollanda için Etki-Tepki Fonksiyonları

Şekil 3'te ilk satırındaki grafikler Türkiye için hesaplanan etki-tepki fonksiyonu sonuçlarını göstermektedir. Şekil 3'ün ilk satırı incelendiğinde tarım büyümeye meydana gelen %1'lük şok karşısında ekonomik büyümeyenin bu şoktan ilk dönemde pozitif etkilendiği görülmektedir. Aynı etki birinci dönem kadar güçlü olmasa da ikinci ve üçüncü dönemlerde de görülebilir. Buna karşın ekonomik büyümeye meydana gelen %1'lük şok karşısında tarımsal büyümeyenin yine pozitif bir etki ile tepki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak sonuçlar birlikte dikkate alındığında tarımdan büyümeye doğru etkinin büyümeden tarıma doğru olan etkiden daha düşük olduğu görülmektedir.

Şekil 3'ün ikinci satırında ise Hollanda için hesaplanan etki tepki sonuçları görülmektedir. Sonuçlara genel olarak incelendiğinde, Hollanda için ne tarımsal büyümeyen ekonomik büyümeye üzerinde; hem de ne ekonomik büyümeyeden tarımsal büyümeye doğru bir etki bulunamamıştır. Yani doğal bir durum olarak, bir değişkende meydana gelen şok karşısında geçici (bir veya iki dönem) bir küçük hareketlilik olmasına rağmen bunu genellemek oldukça güçtür.

Bu durumu daha açık bir şekilde varyans ayrıştırma analizi ile ortaya koymak mümkündür. Tablo 2 ve Tablo 3 sırasıyla Türkiye ve Hollanda için varyans ayrıştırma sonuçlarını içermektedir.

Tablo 2: Türkiye İçin Varyans Ayrıştırma Sonuçları

| DÖNEM | EKONOMİK BÜYÜMЕ | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-------|-----------------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| | S.E. | TR_AGR | TR_GRW | S.E. | TR_AGR | TR_GRW |
| 1 | 3.548663 | 22.72851 | 77.27149 | 3.623358 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 3.574675 | 22.44410 | 77.55590 | 4.018373 | 93.12775 | 6.872246 |
| 3 | 3.772715 | 30.13721 | 69.86279 | 4.059617 | 91.87642 | 8.123576 |
| 4 | 4.203088 | 42.61158 | 57.38842 | 4.259590 | 89.44009 | 10.55991 |
| 5 | 4.579432 | 38.69688 | 61.30312 | 4.498029 | 82.48158 | 17.51842 |
| 6 | 4.711089 | 39.53802 | 60.46198 | 4.654440 | 77.04272 | 22.95728 |
| 7 | 4.729930 | 39.57048 | 60.42952 | 4.735298 | 74.46297 | 25.53703 |
| 8 | 4.764052 | 39.34848 | 60.65152 | 4.755709 | 73.83826 | 26.16174 |
| 9 | 4.775355 | 39.39253 | 60.60747 | 4.771401 | 73.36392 | 26.63608 |
| 10 | 4.796571 | 39.08774 | 60.91226 | 4.799221 | 73.10393 | 26.89607 |

Tablo 2'de ilk olarak Türkiye için ekonomik büyümeye değişkeninin varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Dikkat edildiği üzere büyümeye değişkenin varyansında bir değişim meydana geldiğinde bu değişimim %22.73'ü tarım büyümeyinden %77.27'si ise kendine kaynaklanmaktadır. Bu durum 10. dönemde tarım büyümesi etkisi etkisinin %39.09'a çıktıgı görülmektedir. Geriye kalan %60.91'i ise kendinden kaynaklanmaktadır. Bu durum etki tepki fonksiyon sonuçlarından elde edilen sonuçları desteklediği söylenebilir. Aksine tarım gelirleri büyümesi için hesaplanan varyans ayrıştırma sonuçları ilk dönemde tarım gelirleri büyümeyenin varyansındaki değişimin kaynağının %100'ü kendinden kaynaklandığı görülmektedir. İleriki dönemlerde tarım büyümeyenin varyansındaki değişimin kaynağının bir kısmı ekonomik büyümeyeden kaynaklandığı görülmektedir. Bu

sonuçlar birlikte dikkate alındığında tarım büyümelerinden ekonomik büyümeye doğru bir etkinin daha güçlü olduğu görülmektedir.

Tablo 3'te ise Hollanda için varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Ekonomik büyümeyen varyansında meydana gelen değişimin birinci dönemde %99.72'si kendinden kaynaklanırken, sadece %0.28'i tarım gelirlerindeki büyümeden kaynaklanmaktadır. Bu sonuç 10. dönemde de değişmemektedir. Yani Hollanda için ekonomik büyümeye tarım gelirlerinden etkilenmemektedir. Tersine tarım gelirleri büyümeyen varyansında meydana gelen değişimin kaynağı incelediğinde, birinci dönemde %100'ü kendisinden kaynaklanmaktadır. Bu sonuç 10. dönemde de neredeyse değişmemektedir. O halde tarım büyümesi de ekonomik büyümeden etkilenmemektedir.

Tablo 3: Hollanda İçin Varyans Ayrıştırma Sonuçları

| DÖNEM | EKONOMİK BÜYÜME | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-------|-----------------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| | S.E. | NL_AGR | NL_GRW | S.E. | NL_AGR | NL_GRW |
| 1 | 1.632964 | 0.277165 | 99.72284 | 4.019385 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 1.796427 | 2.071998 | 97.92800 | 4.075622 | 99.99855 | 0.001447 |
| 3 | 1.824045 | 2.162105 | 97.83790 | 4.077264 | 99.99845 | 0.001548 |
| 4 | 1.829328 | 2.190218 | 97.80978 | 4.077308 | 99.99842 | 0.001578 |
| 5 | 1.830317 | 2.194597 | 97.80540 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001583 |
| 6 | 1.830505 | 2.195489 | 97.80451 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001584 |
| 7 | 1.830541 | 2.195653 | 97.80435 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001584 |
| 8 | 1.830547 | 2.195685 | 97.80432 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001584 |
| 9 | 1.830549 | 2.195691 | 97.80431 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001584 |
| 10 | 1.830549 | 2.195692 | 97.80431 | 4.077310 | 99.99842 | 0.001584 |

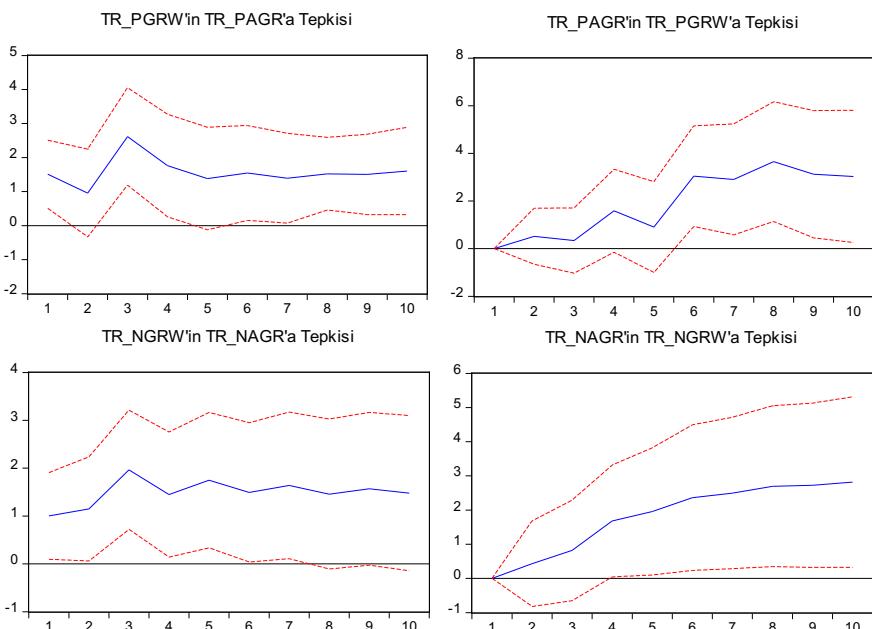
Hollanda için varyans ayrıştırma sonuçları, açık bir şekilde etki tepki fonksiyonu sonuçlarını desteklemektedir. Burada değişkenler üzerinde uygulanan şoklar simetrik bir etkiye sahiptir yani bu şoklar pozitif veya negatif şoklar olarak ayrıntılmamıştır.

3.1.2. Hatemi-J (2014) Asimetrik VAR Modeli Analizi

Çalışmanın bu aşamasında VAR modelleri yeniden ele alınacak fakat etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma sonuçları simetrik şoklar çerçevesinde ele alınmıştır. Bu başlıkta ise asimetrik şoklar üzerinde durulacaktır. Ekonomik

şokların makroekonomik değişkenler üzerinde aynı etkiyi yaratmayacağı bilgisi, uzun yıllardır tartışılan konular içeresindedir. Pozitif şoklarının makroekonomik değişkenler üzerindeki etkisi negatif şokların etkilerinden farklı olması teorik olarak da savunulan bir konudur. Bu nedenle Hatemi-J (2014) çalışmasında asimetrik şokların etkilerini tartışmıştır. Çalışmanın bu kısımda değişkenler arasındaki asimetrik şokların etkileri üzerinde durulmaktadır.

İlk olarak ekonomik ve tarımsal büyümeye serileri arasındaki asimetrik ilişkiye ortaya koymak amacıyla her iki seri Granger ve Yoon (2002) çalışması temel alınarak pozitif ve negatif bileşenlerine ayırtılmaktadır. Daha sonra hem pozitif hem de negatif bileşenler için optimal VAR modellerinin belirlenmesi gerekmektedir. Buna göre Türkiye için pozitif etkileri içeren VAR modelinde ilgili kriterler çerçevesinde VAR(5)'in negatif etkiler içinse VAR(3) modelinin uygun olduğu bulunmuştur. Modeller çerçevesinde hesaplanan Etki-Tepki fonksiyonu Şekil 4'te gösterilmektedir.



Şekil 4: Türkiye İçin Asimetrik Etki-Tepki Fonksiyonları

Şekil 4'te ilk satırındaki grafikler Türkiye için hesaplanan pozitif etki-tepki fonksiyonu sonuçlarını göstermektedir. Buna göre tarım büyümeye meydana gelen %1'lik pozitif şok karşısında ekonomik büyümeyenin bu şoktan ilk dönemde pozitif etkilendiği görülmektedir. İkinci ve diğer dönemlerde de bu şokun etkisinin pozitif yönlü olarak devam ettiği görülmektedir. Ekonomik büyümeye meydana gelen %1'lik pozitif şok karşısında tarımsal büyümeyenin yine pozitif bir etki ile tepki gösterdiği ve bu tepkinin sonraki dönemlerde devam ettiği sonucuna ulaşmıştır. Şekil 4'ün ilk satırı aslında hem tarımsal büyümeden ekonomik büyümeye hem de ekonomik büyümeden tarımsal büyümeye doğru meydana gelen pozitif şokların etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4'ün ikinci satırında ise hesaplanan negatif etki tepki sonuçları görülmektedir. Sonuçlara genel olarak incelendiğinde, yine hem tarımsal büyümeden ekonomik büyümeye hem de ekonomik büyümeden tarımsal büyümeye doğru meydana gelen negatif şokların etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu durumu daha açık bir şekilde Tablo 4 ile verilen pozitif varyans ayrıştırma analizi ile ortaya koymak mümkündür.

Tablo 4: Türkiye İçin Pozitif Varyans Ayrıştırma Sonuçları

| EKONOMİK BÜYÜME | | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-----------------|----------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| DÖNEM | S.E. | TR_AGR | TR_GRW | S.E. | TR_AGR | TR_GRW |
| 1 | 3.370118 | 20.03302 | 79.96698 | 3.527829 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 4.144471 | 18.55315 | 81.44685 | 4.120854 | 98.40855 | 1.591455 |
| 3 | 5.133229 | 38.11268 | 61.88732 | 5.068521 | 98.50439 | 1.495607 |
| 4 | 5.590001 | 42.06997 | 57.93003 | 5.749146 | 91.20697 | 8.793031 |
| 5 | 5.769530 | 45.22910 | 54.77090 | 6.346260 | 90.76197 | 9.238032 |
| 6 | 6.068032 | 47.37334 | 52.62666 | 7.304515 | 75.68625 | 24.31375 |
| 7 | 6.275820 | 49.20565 | 50.79435 | 8.076496 | 67.18712 | 32.81288 |
| 8 | 6.694113 | 48.42352 | 51.57648 | 9.076727 | 57.82436 | 42.17564 |
| 9 | 7.169147 | 46.61288 | 53.38712 | 9.847096 | 54.10102 | 45.89898 |
| 10 | 7.637672 | 45.47108 | 54.52892 | 10.46148 | 50.94432 | 49.05568 |

Tablo 4'de ilk olarak Türkiye için ekonomik büyümeye değişkeninin pozitif varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Dikkat edildiği üzere büyümeye değişkenin varyansında bir değişim meydana geldiğinde bu değişimim %20.03'ü tarım büyümesinden %79.97'si ise kendinden kaynaklanmaktadır. Bu durum 10. dönemde tarım büyümesi etkisi etkisinin %45.47'e çıktıığı görülmektedir. Geriye kalan %54.53'ü ise kendinden kaynaklanmaktadır. Sonuçlar etki tepki fonksiyon sonuçlarından elde edilen sonuçları desteklediği söylenebilir. İkinci olarak tarım gelirleri büyümesi için hesaplanan varyans ayrıştırma sonuçları ilk dönemde tarım gelirleri büyümeyinin varyansındaki değişimin kaynağının %100'ü kendinden kaynaklandığı görülmektedir. İleriki dönemlerde tarım büyümeyinin varyansındaki değişimin kaynağının %49.06'sı ekonomik büyümeden kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuçlar birlikte dikkate alındığında pozitif etkinin iki yönlü olarak meydana geldiği görülmektedir.

Tablo 5'te ise Türkiye için negatif varyans ayrıştırma analizi sonuçları dikkate alınmaktadır.

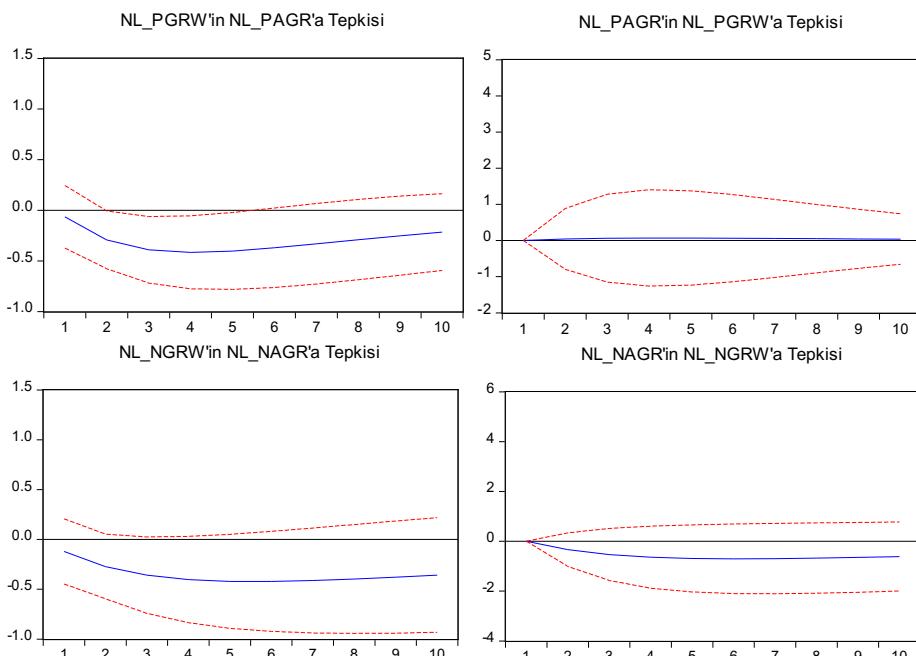
Tablo 5: Türkiye İçin Negatif Varyans Ayrıştırma Sonuçları

| EKONOMİK BÜYÜME | | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-----------------|----------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| DÖNEM | S.E. | TR_AGR | TR_GRW | S.E. | TR_AGR | TR_GRW |
| 1 | 3.050450 | 10.77695 | 89.22305 | 3.889416 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 3.655314 | 17.35792 | 82.64208 | 4.610882 | 99.13532 | 0.864679 |
| 3 | 4.277998 | 33.79938 | 66.20062 | 6.051539 | 97.66267 | 2.337335 |
| 4 | 4.831389 | 35.46987 | 64.53013 | 6.706961 | 91.82333 | 8.176667 |
| 5 | 5.451272 | 38.15681 | 61.84319 | 7.597081 | 86.97610 | 13.02390 |
| 6 | 5.940224 | 38.44106 | 61.55894 | 8.213858 | 80.59996 | 19.40004 |
| 7 | 6.452921 | 39.02867 | 60.97133 | 8.921122 | 75.72388 | 24.27612 |
| 8 | 6.920162 | 38.37421 | 61.62579 | 9.511230 | 70.60411 | 29.39589 |
| 9 | 7.384092 | 38.21512 | 61.78488 | 10.13091 | 66.85790 | 33.14210 |
| 10 | 7.815061 | 37.68467 | 62.31533 | 10.68627 | 63.25874 | 36.74126 |

Tablo 5'de ilk olarak Türkiye için ekonomik büyümeye değişkeninin negatif varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Dikkat edildiği üzere büyümeye değişkenin varyansında bir değişim meydana geldiğinde bu değişimim sadece %10.78'i tarım büyümesinden %89.22'si ise kendinden kaynaklanmaktadır. Bu durum 10. dönemde tarım büyümesi etkisinin %37.68'e çıktıığı görülmektedir. Geriye kalan

%62.32'si ise kendinden kaynaklanmaktadır. İkinci olarak tarım gelirleri büyümesi için hesaplanan varyans ayırtırma sonuçları ilk dönemde tarım gelirleri büyümeymesinin varyansındaki değişimin kaynağının %100'ü kendinden kaynaklandığı görülmektedir. İleriki dönemlerde tarım büyümesinin varyansındaki değişimin kaynağının %36.74'ü ekonomik büyümeden kaynaklandığı görülmektedir.

Hollanda için hem pozitif etkileri içeren VAR modeli hem de negatif etkileri içeren VAR modelinde optimal modelin VAR(1) olduğu görülmektedir. Modeller çerçevesinde hesaplanan Etki-Tepki fonksiyonu Şekil 5'te gösterilmektedir.



Şekil 5: Hollanda İçin Asimetrik Etki-Tepki Fonksiyonları

Şekil 5'te ilk satırdaki grafikler Hollanda için hesaplanan pozitif etki-tepki fonksiyonu sonuçlarını göstermektedir. Buna göre tarım büyümesinde meydana gelen %1'lik pozitif şok karşısında ekonomik büyümeyen bu şoktan ilk dönemde negatif etkilendiği görülmektedir. İkinci ve diğer dönemlerde de bu şokun etkisinin negatif yönlü olarak devam ettiği görülmektedir. Ekonomik büyümeye

meydana gelen %1'lik pozitif şok karşısında tarımsal büyümeyenin tepkisinin oldukça sınırlı kaldığı sonucuna ulaşmıştır. Şekil 5'in ilk satırı aslında tarımsal büyümeyen ekonomik büyümeye doğru meydana gelen pozitif şokların etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 5'in ikinci satırında ise hesaplanan negatif etki tepki sonuçları görülmektedir. Sonuçlara genel olarak incelendiğinde, ilk satırda benzer bir sonuç olmakla beraber, tarımsal büyümeyen ekonomik büyümeyen etkilenme şiddetinde biraz artış meydana geldiği gözlenmektedir. Bu durumu daha açık bir şekilde Tablo 6 ile verilen pozitif varyans ayrıştırma analizi ile ortaya koymak mümkündür.

| DÖNEM | EKONOMİK BÜYÜME | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-------|-----------------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| | S.E. | NL_AGR | NL_GRW | NL | TR_AGR | NL_GRW |
| 1 | 1.036999 | 0.386276 | 99.61372 | 3.615236 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 1.238335 | 5.884234 | 94.11577 | 4.754377 | 99.99120 | 0.008797 |
| 3 | 1.346596 | 13.40811 | 86.59189 | 5.431961 | 99.97921 | 0.020794 |
| 4 | 1.424277 | 20.51586 | 79.48414 | 5.871600 | 99.96783 | 0.032170 |
| 5 | 1.484620 | 26.23449 | 73.76551 | 6.167637 | 99.95832 | 0.041680 |
| 6 | 1.531476 | 30.50713 | 69.49287 | 6.370929 | 99.95085 | 0.049154 |
| 7 | 1.567196 | 33.59469 | 66.40531 | 6.512153 | 99.94517 | 0.054826 |
| 8 | 1.593931 | 35.79439 | 64.20561 | 6.610971 | 99.94096 | 0.059039 |
| 9 | 1.613653 | 37.35308 | 62.64692 | 6.680443 | 99.93788 | 0.062124 |
| 10 | 1.628046 | 38.45587 | 61.54413 | 6.729437 | 99.93564 | 0.064364 |

Tablo 6: Hollanda İçin Pozitif Varyans Ayrıştırma Sonuçları

Tablo 6'da ilk olarak Hollanda için ekonomik büyümeye değişkeninin pozitif varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Dikkat edildiği üzere büyümeye değişkenin varyansında bir değişim meydana geldiğinde bu değişimim %0.39'ü tarım büyümelerinden %99.61'i ise kendinden kaynaklanmaktadır. Bu durum 10. dönemde değişmekte ve tarım büyümesi etkisinin %38.46'ya çıktıığı görülmektedir. Geriye kalan %61.54'ü ise kendinden kaynaklanmaktadır. Sonuçlar etki tepki fonksiyon sonuçlarından elde edilen sonuçları desteklediği söylenebilir. İkinci olarak tarım gelirleri büyümesi için hesaplanan varyans ayrıştırma sonuçları ilk dönemde tarım gelirleri büyümeyenin varyansındaki değişimin kaynağının %100'ü kendinden kaynaklandığı görülmektedir. İleriki dönemlerde tarım büyümeyenin varyansın-

daki değişimin kaynağının sadece %0.06'sı ekonomik büyümeden kaynaklandığı görülmektedir.

Tablo 7'de ise Hollanda için negatif varyans ayrıştırma analizi sonuçları dikkate alınmaktadır.

Tablo 7: Hollanda İçin Negatif Varyans Ayrıştırma Sonuçları

| DÖNEM | EKONOMİK BÜYÜME | | | TARIM GELİRLERİ BÜYÜMESİ | | |
|-------|-----------------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|
| | S.E. | NL_AGR | NL_GRW | S.E. | NL_AGR | NL_GRW |
| 1 | 1.099643 | 1.199494 | 98.80051 | 3.502339 | 100.0000 | 0.000000 |
| 2 | 1.391684 | 4.577617 | 95.42238 | 4.629038 | 99.47696 | 0.523038 |
| 3 | 1.563370 | 8.894085 | 91.10592 | 5.353211 | 98.62273 | 1.377269 |
| 4 | 1.685195 | 13.38004 | 86.61996 | 5.879541 | 97.67535 | 2.324652 |
| 5 | 1.780342 | 17.57856 | 82.42144 | 6.285984 | 96.75988 | 3.240124 |
| 6 | 1.858283 | 21.28952 | 78.71048 | 6.611054 | 95.93229 | 4.067714 |
| 7 | 1.923616 | 24.46830 | 75.53170 | 6.876832 | 95.21052 | 4.789484 |
| 8 | 1.978993 | 27.14667 | 72.85333 | 7.097335 | 94.59346 | 5.406538 |
| 9 | 2.026201 | 29.38582 | 70.61418 | 7.282143 | 94.07162 | 5.928382 |
| 10 | 2.066572 | 31.25265 | 68.74735 | 7.438173 | 93.63266 | 6.367341 |

Tablo 7'de ilk olarak Hollanda için ekonomik büyümeye değişkeninin negatif varyans ayrıştırma sonuçları verilmektedir. Dikkat edildiği üzere büyümeye değişkenin varyansında bir değişim meydana geldiğinde bu değişimim sadece %1.20'si tarım büyümelerinden %98.80'si ise kendinden kaynaklanmaktadır. Ancak 10. dönemde tarım büyümesi etkisi etkisinin %31.25'e çıktıgı görülmektedir. Geriye kalan %68.75'i ise kendinden kaynaklanmaktadır. İkinci olarak tarım gelirleri büyümesi için hesaplanan varyans ayrıştırma sonuçları ilk dönemde tarım gelirleri büyümeyisinin varyansındaki değişimin kaynağının %100'ü kendinden kaynaklandığı görülmektedir. İleriki dönemlerde tarım büyümeyisinin varyansındaki değişimin kaynağının sadece %6.37'si ekonomik büyümeden kaynaklandığı görülmektedir.

3.2. NEDENSELLİK ANALİZİ

Bu başlık altında değişkenler arasındaki nedensellik analizleri gerçekleştirilecektir. Bu amaçla aynen VAR analizinde olduğu gibi öncelikle simetrik yapıyı dikkate alan geleneksel Granger (1969) testi üzerinde durulmaktadır. Daha sonra

ise yukarıdaki gibi seriler pozitif ve negatif bileşenlerine ayrılarak, bu bileşenler arasındaki asimetrik nedensellik analizi ele alınmaktadır.

3.2.1. Simetrik Nedensellik Analizi

Türkiye için ekonomik büyümeye ve tarımsal büyümeye arasında nedensellik yönünü belirlemek amacıyla VAR modelinde optimal model olarak belirlenen VAR(5) modeli kullanılmaktadır. Hollanda için ise optimal model olarak bulunan VAR(1) modeli kullanılmaktadır. Tahmin edilen VAR modeli için VAR Granger Nedensellik/Blok Dışsallık testi Wald Testi yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Hesaplanan nedensellik analizi sonuçları Tablo 8'de verilmektedir:

Tablo 8: Simetrik Granger Nedensellik Testi Sonuçları

| | Ki-kare | Serbestlik Derecesi | Prob. |
|-------------------|-----------------------|---------------------|--------|
| TR_AGR=f(TR_GRW) | 7.459.194 | 5 | 0.1887 |
| TR_GRW =f(TR_AGR) | 21.24072 ^a | 5 | 0.0007 |
| | | | |
| NL_AGR=f(NL_GRW) | 0.000818 | 1 | 0.9772 |
| NL_GRW =f(NL_AGR) | 0.702061 | 1 | 0.4021 |

Not: ^a %1 düzeyinde ve ^b %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Türkiye için ilk hesaplanan ki-kare değeri 7.459194 olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Yani ekonomik büyümeye tarımsal büyümeyenin Granger nedeni değildir. Hesaplanan ikinci ki-kare değeri ise 21.240072 değeri istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Yani tarım gelirlerindeki büyümeye ekonomik büyümeyenin Granger nedenidir. O halde simetrik Granger nedensellik sonuçları Türkiye'de tarımsal büyümeden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Hollanda için elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise ne tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye ne de ekonomik büyümeden tarımsal büyümeye doğru Granger bağlamında bir nedensel ilişki bulunamamıştır.

3.2.2. Asimetrik Nedensellik Analizi

Özellikle Hollanda için elde edilen nedensellik sonuçları her ne kadar ilgili dönemi kapsasada, Dünya'da tarım ürünleri ihrac eden ülkelerin başında gelen Hollanda için nedensellik ilişkisi bulunamaması şüphe uyandırmaktadır. 2016 yılında 85 Milyar Euro tarım ürünü ihrac eden, 9 Milyar Euro tarım teknolojisi ihrac eden Hollanda'nın elde ettiği geliri ekonomik büyümeye üzerinde etkili olmaması beklenen bir durum değildir. O halde bu durumu açılığa kavuşturmak amacıyla alternatif olarak asimetrik nedensellik analizi üzerinde durmakta yarar vardır.

Tablo 9'da Türkiye ve Hollanda için sırasıyla pozitif ve negatif şoklar çerçevesinde hesaplanan asimetrik nedensellik testleri üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla yukarıda Türkiye için pozitif bileşenler için VAR(5), negatif bileşenler için VAR(3) modellerinin optimal olduğu, buna karşın Hollanda için hem pozitif hem de negatif etkileri içeren optimal modelin VAR(1) olduğuna göre sonuçlar bu modeller çerçevesinde ele alınmaktadır.

Tablo 9: Asimetrik Granger Nedensellik Testi Sonuçları

| | Ki-kare | Serbestlik Derecesi | Prob. |
|---------------------------|-----------------------|---------------------|--------|
| Pozitif Bileşenler | | | |
| TR_PAGR=f(TR_PGRW) | 1.586.106 | 5 | 0.0073 |
| TR_PGRW=f(TR_PAGR) | 1.311.260 | 5 | 0.0223 |
| NL_PAGR=f(NL_PGRW) | 0.011291 | 1 | 0.9154 |
| NL_PGRW=f(NL_PAGR) | 5.616.791 | 1 | 0.0178 |
| | | | |
| Negatif Bileşenler | | | |
| TR_NAGR=f(TR_NGRW) | 5.133.683 | 3 | 0.1623 |
| TR_NGRW=f(TR_NAGR) | 7.539.202 | 3 | 0.0566 |
| NL_NAGR=f(NL_NGRW) | 1.000.683 | 1 | 0.3171 |
| NL_NGRW=f(NL_NAGR) | 2.761296 ^c | 1 | 0.0966 |

Not: ^a %1 düzeyinde, ^b %5 ve ^c %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Pozitif bileşenler arasındaki nedensellik ilişkileri incelendiğinde Türkiye için hem tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye hem de ekonomik büyümeden ta-

rımsal büyümeye doğru Granger bağlamında çift yönlü nedensel ilişki bulunmaktadır. Fakat Hollanda için tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Negatif bileşenler için ise, hem Türkiye hem de Hollanda için tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensel bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bu iki temel sonuç bir arada değerlendirildiğinde olumlu şokların seriler üzerinde açık etkileri olduğu, buna karşın olumsuz şokların etkilerinin belirleyici olmadığı söylenebilir.

SONUÇ

Türkiye için iki değişken arasında hem simetrik hem de asimetrik etki bağlamında tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir etkinin (nedenselliğin) olduğu yönündedir. Ancak pozitif etki için nedenselliğin çift yönlü olduğu bulunmuştur.

Ampirik bulgular Hollanda için durum farklı olduğunu ortaya koymaktadır. Hollanda için simetrik etkinin olmadığı sonucu elde edilmiştir. Ancak hesaplanan asimetrik etki sonuçları incelendiğinde ise, Hollanda için de tarım gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir etki olduğu ve bu etkinin pozitif şoklar bağlamında daha güçlü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Dolayısıyla Hollanda için tarım gelirleri ile ekonomik büyümeye arasında asimetrik etkinin varlığından bahsedilebilir.

KAYNAKÇA

Dickey, D. A. and W. A. Fuller, "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427-431.

Dickey, D. A. and W. A. Fuller, "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Econometrica*, 49, 4, 1057-1072.

Granger, C. W. J. (1969), "Investigation Causal Relations by Econometric Models and Cross Spectral Methods", *Econometrica*, 37, 424-438.

Granger, C.W., and Yoon, G. (2002), "Hidden Cointegration". University of California, Department of Economics, Working Paper. San Diego.

Hatemi-J, A. (2012), "Asymmetric Causality Tests With An Application", *Empirical Economics*, 43, 447-456.

Hatemi-J, A. (2014), "Asymmetric Generalized Impulse Responses With An Application In Finance", *Economic Modelling*, 36, 18-32.

Hussain , A. and Q. Khan A. (2011) "Relationship Between Agriculture And GDP Growth Rates In Pakistan: An Econometric Analysis (1961-2007)", Academic Research International, ISSN: 2223-9553 Volume 1, Issue 2.

Kwiatkowski, D., P. C. B. Phillips, P. Schmidt and Y. Shin, "Testing the Null Hypothesis of Stationarity Against the Alternative of a Unit Root", Journal of Econometrics, 54, 159-178.

Silsüpür, S. (2011) "Tarım Sektörünün Türkiye Ekonomisine Katkısı", <http://www.ilgazete.com.tr/2011/06/25/tarim-sektorunun-turkiye-ekonomisine-katkisi>. (05.10.2011).

Sims, C. A. 1980. "Macroeconomics and Reality," *Econometrica*. 48, pp. 1-48.

Xuezhen, W., Shilei, W., and Feng, G. (2010). The Relationship Between Economic Growth And Agricultural Growth: The Case Of China. E-Business and E-Government (ICEE), 2010 International Conference, 5315-5318.

TÜRKİYE'NİN BÜYÜME ORANININ KLASİK AYRIŞTIRMA YÖNTEMİYLE TAHMİN EDİLMESİ

Arş.Gör. Tunahan HACIİMAMOĞLU

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, tunahan.haciimamoglu@erdogan.edu.tr

Doç.Dr. Ali Rıza SANDALCILAR

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, aliriza.sandalcilar@erdogan.edu.tr

Özet

Klasik ayrıştırma metodu zaman serisi ekonometrisi içinde yer alan geleneksel yöntemlerden biri konumundadır. Bu yöntem öngörü üretmek suretiyle ilgili verinin geleceği hakkında fikir elde edilmesine olanak vermektedir. Bu çalışmada Klasik ayrıştırma yönteminden hareketle Türkiye'ye ait GSYH değerleri üzerinden büyümeye skorları tahmin edilmiş ve gerçek büyümeye skorları ile karşılaşmalıdır olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada Türkiye'nin 1998Q1 ve 2017Q3 dönemlerini kapsayan GSYH zincirleme hacim değerleri kullanılmıştır. Analiz tahmin sonuçlarına göre Türkiye'nin 2017 yılı son çeyrekte %5,3 oranında, 2018 yılı birinci ve ikinci çeyrekte ise sırasıyla %5,9 ve %5,5 oranlarında büyüyeceği tahmin edilmektedir. Analiz tahmin sonuçlarına göre ilgili dönemler baz alınlığında Türkiye'nin potansiyel büyümesinin yaklaşık olarak %5 ile %6 bandında değişim sergilemesi beklenmektedir. 2017 yılı son iki çeyrek dönem (%11,3 ve %7,3) ile 2018 yılına ait ilk çeyrek dönem (%7,4) büyümeye oranları bu bandın oldukça üzerinde gerçekleşmiştir. Bu dönemlerde ortaya çıkan potansiyelin üzerindeki yüksek büyümeye oranları, cari açık, işsizlik, enflasyon vb. diğer makroekonomik unsurlarda bozulmalara yol açmakta ve istikrarlı büyümeye sürecine engel olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Klasik Ayrıştırma Yöntemi, Öngörü, GSYH, Büyüme Oranı

JEL Kodları: C10, C13, C22, C53

FORECASTING OF TURKEY'S GROWTH RATE WITH CLASSICAL DECOMPOSITION METHOD

Research Assistant Tunahan HACİİMAMOĞLU

Recep Tayyip Erdoğan University, tunahan.haciimamoglu@erdogan.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR

Recep Tayyip Erdoğan University, aliriza.sandalcilar@erdogan.edu.tr

Abstract

The classical decomposition method is one of the traditional methods in time series econometrics. This method allows to get an idea about the future of the related data by producing forecasting. In this study, with classical decomposition methods, GDP growth scores over Turkey were estimated and evaluated in comparison with the value of the real growth scores. In this direction, GDP chained volume values including Turkey's 1998Q1 and 2017Q3 period are used. According to the analysis result, Turkey's estimated growth is 5.3% in the last quarter of 2017, while the first and second quarter of 2018 is estimated to grow at 5.9% and 5.5%, respectively. According to the analysis results, when the concerning periods were based, Turkey's estimated potential growth is expected to exhibit about 5% to 6% change in the band. Growth rates in the last two quarters of 2017 (11.3% and 7.3%) and in the first quarter of 2018 (7.4%) were well above this band. High growth rates over the potential emerging during these periods lead to deterioration in other macroeconomic factors, such as current account deficit, unemployment, inflation and so on and impede the steady growth process.

Keywords: Classical Separation Method, Prediction, GDP, Growth Rate

JEL Codes: C10, C13, C22, C53

GİRİŞ

Zaman serisi analizlerinde birçok ayrıştırma yöntemi bulunmaktadır. Bu ayrıştırma yöntemlerinin bir kısmı geleneksel yaklaşım olarak ifade edilmektedir. Klasik ayrıştırma yöntemi bu geleneksel ayrıştırma yöntemlerinden biri olup, serileri ayırtmak suretiyle her bir bileşenini ortaya koyma amacı içerisindeştir. Bu bağlamda ayrıştırma yöntemleri esasında iki ayrı bileşen olarak trend ve mevsimsel bileşenlere dikkat çekmektedir. Trend bileşeni serinin trend seviyesinde

meydana gelen uzun dönemli değişimleri temsil ederken, mevsimsel bileşen ise, iklim, geleneksel ve resmi tatiller vb. faktörlerden dolayı oluşan sürekli ve periyodik dalgalanmaları ifade etmektedir (Makridakis vd., 2008: 83).

Ayristirma yöntemleri söz konusu serinin geçmiş dönem hareket ve tepkilerinden yola çıkarak bir öngörü üretmektedir. Dolayısıyla ilgili serinin dönem içi karakteristik özellikleri sonraki dönemlerde alacağı değerlerde belirleyici olmaktadır. Diğer bir ifade ile serinin önceki dönem dinamiklerinden hareketle seri hakkında geleceğe dair bilgi ve fikir edinilmesi mümkündür. Geleneksel tahmin yöntemlerinin (Klasik ayristirma yöntemi, ARIMA vb.) özünde bu prensipler geçerlidir.

Ayristirma yöntemlerinden hareketle öngörü elde edilmesi Holt (1957) ve Winters (1960) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntemler zaman serisi içerisinde alternatif bir modelleme metodu olarak serileri trend, mevsimsel ve tesadüfi bileşenlerine ayristirmakta ve öngörü elde edilmesine olanak vermektedir (Bisgaard ve Kulahci, 2011: 187).

Öngörü üretmede uygulamaya konulacak serinin yapısı önem arz etmektedir. Diğer bir söylemle ele alınacak serinin yapısına uygun modelleme yapılmalıdır. Ayrıca analize tabi tutulan serinin öngörü vadesi kısa tutulmalıdır. Bu takdirde analiz tahmin sonuçlarının daha isabetli ve sağlıklı sonuçlar ortaya çıkarması beklenmektedir. Çalışmada bu durum dikkate alınarak 2018 yılı 2. çeyrek dönem dahil öngörüde bulunulmuştur.

Ekonomilerin büyümeye performanslarındaki istikrar, söz konusu ekonomilerin üretim kapasitesi ya da potansiyeli ile yakından ilintilidir. Türkiye'nin bilhassa son dönem büyümeye oranları çalışmada tahmin edilen büyümeye skorlarının oldukça üzerinde seyrettiği gözlenmektedir. Bu bağlamda çalışmada temel ekonomik göstergelerden biri konumunda olan büyümeye skorlarının gerçek ve tahmin değerlerinin kıyaslanması ile değerlendirmelerde bulunulmaktadır.

Genel iktisat literatüründe potansiyel büyümeye ile trend büyümeye oranı kavramları aynı anlamda kullanılmaktadır. Aralarında teknik farklılıklar olmasına rağmen potansiyel büyümeye uzun dönem büyümeyi temsil etmektedir (CBO, 2004: 1-2). Türkiye ekonomisinin büyümeye hızının uzun dönem ortalamasından sapmalar göstermesi temel makroekonomik faktörlerde (enflasyon, döviz kuru, cari açık vb.) istikrarsızlığa sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla karar alıcı ve uygulayıcıların ekonominin üretim faktör yapısı ve kapasitesine uygun skorlar çerçevesinde yanı potansiyelinde hedefler belirleyerek dengeli büyümeye sürecini hayatı geçirmeleri gerekmektedir. Aksi durumda potansiyel büyümeyenin üstünde ortaya çıkan sürekli

büyüme, hedeflenen enflasyon oranlarından uzaklaşmaya, altında gerçekleşen uzun dönem büyümeye oranları ise ekonomide atıl kapasite yani eksik istihdama neden olmaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Alper ve Aruoba (2004) çalışmasında Türkiye'de tatil etkilerinin sanayi üretim endeksi üretimi üzerindeki etkisini analiz etmiştir. İlgili endeks 1985-2002 dönemini kapsamaktadır. Endeks serisi trend, mevsimsel ve tesadüfi bileşenlerine ayrılmıştır. Bunun yanısıra uygulamada çarpımsal ayrıştırma yöntemi tercih edilerek analizler gerçekleştirılmıştır. Tatil etkileri serilerde genellikle mevsimsel etkiler ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu etkiler ayrıştırma yöntemlerinden istifade edilerek daha açık bir şekilde ortaya konulabilmektedir.

Önder ve Kuzu (2014) hava trafiğinin yoğunluğunun tahmini üzerine çalışmada tahmin uygulamalarının lojistik planlamasında önemli bir konuma sahip olduğuna dikkatleri çekmiştir. Bu bağlamda çalışmada birden çok yöntem kullanılmıştır. Özellikle klasik zaman serisi analizlerinden düzgünleştirme ve ayrıştırma yöntemlerine odaklanılmıştır. Sonuç itibarıyle yöntemler arasından en uygun teknik seçimi sağlanarak analiz gerçekleştirilmişdir.

Burger vd. (2001) turizm talebinin tahmin edilmesi üzerine ele aldığı çalışmada zaman serisi tahmin metotları karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Çalışmada belirli bir bölgedeki turizm talebinin belirlenmesinde uygun öngörü metotları tartışılmıştır. Netice itibarıyle karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktadır. Resmi istatistikî veriler 1992-1998 dönemini kapsamaktadır. Bu çalışma için yapay sinir ağları yönteminin turizm talebini daha iyi açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Lise (2006) çalışmasında Türkiye'de karbondioksit (CO₂) emisyonunu incelemiştir. Çalışma 1980-2003 dönemini kapsamakta olup bu yıllarda gerçekleşen emisyon artışını açıklamada ayrıştırma analizi kullanılmıştır.

Literatür çalışmaları gözden geçirildiğinde ayrıştırma yöntemleri ile doğrudan ilintili çalışmaların sınırlı sayıda olduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. Bu durumun nedeni olarak klasik ayrıştırma yaklaşımının geleneksel bir yöntem olması dolayısıyla daha çok modern tahmin yöntemlerinin tercih ediliyor olması söylenebilir.

2. UYGULAMA

Çalışmanın bu kısmında veri seti, yöntem ve bulgulara yer verilmektedir. İlk etapta veri seti ve yöntem açıklanmaktadır. Akabinde çalışmadan elde edilen çıktılar bulgular başlığı altında ayrıntılı bir biçimde ifade edilmektedir.

2.1. Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada Türkiye'ye ait GSYH verileri dönenmsel olarak zincirlenmiş hacim değeri baz alınarak elde edilmiş olup bu verilere Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) resmi internet sitesinden ulaşılmıştır. Söz konusu veriler çeyrek yıllar itibariyle 1998Q1 ile 2017Q3 dönemlerini kapsamaktadır. Çalışmada Eviews-9 paket programından yararlanılarak ilgili veri hakkında tahminler yapılmıştır.

Çalışmada büyümeye oranı verileri yerine GSYH zincirleme hacim değerleri kullanılmıştır. Bu tercihin sebebi klasik ayrıştırma yönteminde ilgili serinin trend içeren bir yapıya sahip olduğu varsayımdan hareket edilmektedir. Oransal veriler çoğunlukla belirli bir ortalama etrafında salınım gösteren daha durağan bir yapı sergilediği için, diğer bir söylemle ayrıştırma yönteminin temel varsayımdan uzak olduğundan dolayı. GSYH serisinin büyümeye oranı serisine nispeten klasik ayrıştırma metodu tahmin analizine daha uygundur. Tahmin değerleri elde edilen GSYH serisi üzerinden büyümeye formülü kullanılarak büyümeye oranları elde edilmektedir.

Bu çalışmada GSYH verileri klasik ayrıştırma yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu yöntem iki kısımdan oluşmaktadır. Bunlardan birincisi toplamsal ayrıştırma yöntemi diğer ise çarpımsal ayrıştırma yöntemi olarak ifade edilmektedir. Serinin yapısından hareketle bu iki yöntemden biri tercih edilerek modellemeler yapılmıştır.

Modelin genel matematiksel gösterimi şu şekildedir:

$$X_t = f(M_t, S_t, Y_t) \quad (2.1)$$

X_t : Serinin t dönemine ait gerçek değerini,

M_t : t dönemine ait trend bileşeni,

S_t : t dönemine ait mevsimsel bileşenini,

Y_t ise t dönemindeki tesadüfi(rassal) değişkeni temsil etmektedir (Makridakis ve Wheelwright, 1997: 85). İfade edilen genel matematiksel formda ayrıca her-

hangi bir zaman serisinin trend, mevsimsel ve tesadüfi bileşenlerin bir fonksiyonu olduğu söylenebilmektedir.

Toplamsal ayrıştırma yöntem modeli şu şekilde gösterilmektedir:

$$X_t = M_t + S_t + Y_t \quad (2.2)$$

Bu denklemde yer alan M_t simgesi çok yavaş bir şekilde artan trend bileşenini temsil etmektedir. Yine S_t simgesi periyodik olarak hareket eden mevsimsel bileşen fonksiyonunu ifade etmektedir. Y_t ise tesadüfi bileşen fonksiyonu olarak tanımlanmaktadır (Grandell, 1998: 3).

Çarpımsal ayrıştırma yöntemi ise şu şekilde ifade edilmektedir:

$$X_t = M_t * S_t * Y_t \quad (2.3)$$

Bu denklemde ise seriyi oluşturan trend, mevsimsel ve tesadüfi bileşenler çarpımsal formda tanımlanmaktadır. Bu eşitlikte yer alan X_t gerçek seri değerini, M_t trend bileşeni, S_t mevsimsel bileşeni son olarak Y_t ise tesadüfi bileşeni simgelemektedir.

GSYH serisi yapısı itibarıyle toplamsal bileşene uygun bir karaktere sahiptir. Bu bağlamda çalışmada toplamsal ayrıştırma yöntemi kullanılmıştır. Seri bileşenlerine ayrıtırlarak trend üzerinden modeller üretilmiştir.

Modelin geniş gösterimi şu şekilde ifade edilmektedir:

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 \text{trend}^1(t1) + \alpha_2 \text{trend}^2(t2) + \alpha_3 \text{trend}^3(t3)$$

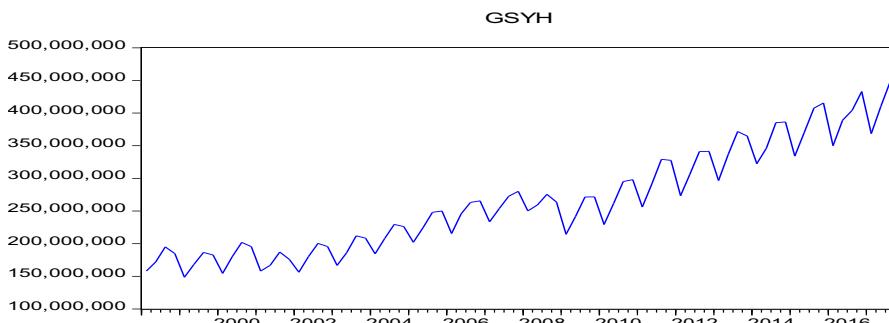
Trend değişkeni bağımlı değişken olarak kabul edilmekte ve sırasıyla sabit, $\text{trend}^1(t1)$, $\text{trend}^2(t2)$ ve $\text{trend}^3(t3)$ bağımsız değişken olarak eşitlikte yer almaktadır. Burada trend^1 , modelin doğrusal yapısını, trend^2 karesel durumunu, trend^3 ise üçüncü dereceden bir denklem yapısını ifade etmektedir. Denklemin derecesi, katsayıları anlamlı olan modeller arasından en düşük Akaike Bilgi Kriter değerine sahip olan modelin belirlenmesi ile tespit edilmektedir.

2. 2. Bulgular

Bu kısımda klasik ayrıştırma yönteminin GSYH serisine uygulanması neticesinde elde edilen bulgulara yer verilmektedir. GSYH serisinin temel düzeyde yapısı irdelenip bileşenleri ayrı ayrı gösterilmiştir. Akabinde ise trend modeller elde edilmiş ve bu trend modellerinden analiz için en uygun olanı tercih edilmiş

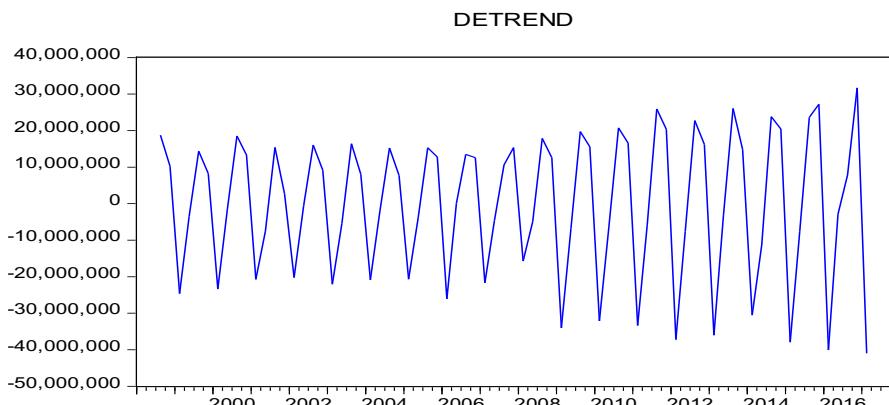
tir. Analiz sonuçlarından elde edilen tahmin değerleri ve gerçek değerler tablo halinde sunulmuştur.

Şekil 1. GSYH Temel Düzey Serisi



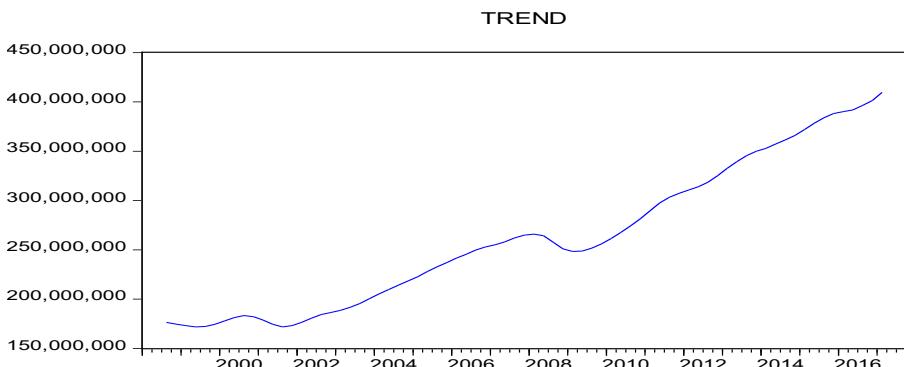
Şekil 1'de GSYH serisine ait temel düzey grafiği gözlenmektedir. Hemen hemen her seri trend, mevsimsel ve tesadüfi bileşenlerden en az iki bileşeni bünyesinde barındırmaktadır. Şekil 1'den artan bir trendin yanısıra tekrarlı ve sistematik bir şekilde seyreden mevsimsel bileşenin varlığı hakkında bir ön fikir elde edilebilmektedir. Ayrıca mevsimsel bileşenin dalga boyalarının standart bir salınım göstermesi toplamsal ayrıştırma metodunun uygulanmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Şekil 2. Trendden Arındırılmış GSYH Serisi



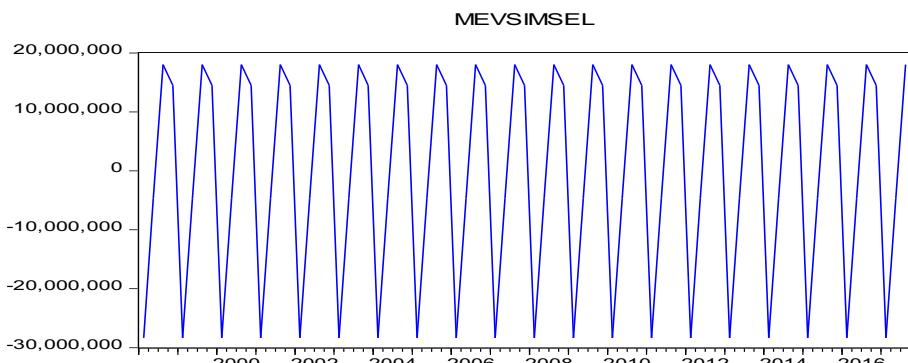
Şekil 2 trendden arındırılmış GSYH serisini temsil etmektedir. Bu seri detrend serisi olarak ifade edilmektedir. Detrend serisine orijinal seriden (GSYH serisi) trend bileşeninin çıkarılması neticesinde ulaşılmaktadır. Dolayısıyla detrend bünyesinde sadece mevsimsel ve tesadüfi bileşenleri barındırmaktadır.

Şekil 3. GSYH Serisi Trend Bileşeni



Şekil 3 ise GSYH serisine ait trend değişkenini göstermektedir. Şekilden de gözlenebileceği üzere ciddi bir trend bileşeninin GSYH serisinde yer aldığı söylenebilmektedir. Diğer bir ifade ile yıllar itibarıyle artan bir trend göze çarpmaktadır.

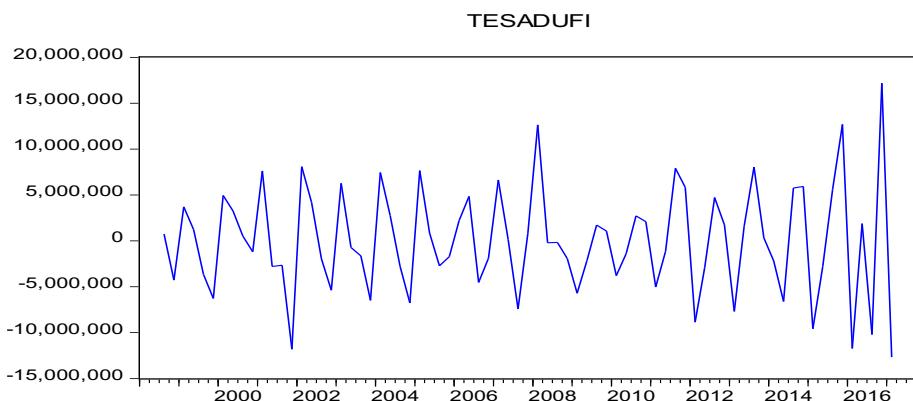
Şekil 4. GSYH Serisi Mevsimsel Bileşeni



Şekil 4, GSYH serisini oluşturan bileşenlerden, mevsimsel bileşeni temsil etmektedir. Mevsimsel oluşum belli dönemler benzer hareketlerin sistematik halini yansıtmaktadır. Diğer bir söylemle şekil 4, sistematik hareketlerin tekrarlanması

şeklinde meydana gelen mevsimselliği ifade etmektedir. Dolayısıyla serinin içerdiği mevsimsel bileşenin etkisi ortadan kaldırılmalıdır. Bu doğrultuda geleneksel yöntem seriden bu bileşeni ayırtırma yoluna gitmektedir.

Şekil 5. GSYH Serisi Tesadüfi Bileşeni



Şekil 5, GSYH serisine ait tesadüfi bileşenin şeklini göstermektedir. Tesadüfi bileşen, literatürde rassal değişken olarak da bilinmektedir. Rassal ya da tesadüfi bileşen, seriden trend ve mevsimsel bileşenlerin çıkarılması veya ayırtırılması suretiyle elde edilmektedir. Bu bağlamda şekil 5, GSYH serisinden trend ve mevsimsel bileşenlerin çıkarılması sonrası elde edilmiş tesadüfi hareketleri yansımaktadır. Şekilden görüldüğü üzere bu hareketler aynı zamanda rassal ve dağınık bir karakter sergilemektedir.

Tablo 1. Trend Model Değerleri

| Dependent Variable: TREND | | | | |
|---|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 12/24/17 Time: 14:50 | | | | |
| Sample (adjusted): 1998Q3 2017Q1 | | | | |
| Included observations: 75 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 5314659. | 3.076.719 | 0.0000 | |
| T1 | 1314058. | 577902.6 | 2.273.840 | 0.0260 |
| T2 | 18328.45 | 17036.32 | 1.075.846 | 0.2856 |
| T3 | 9.767.019 | 1.437.266 | 0.679556 | 0.4990 |
| | | | | |
| R-squared | 0.982340 | Mean dependent var | 2.62E+08 | |
| Adjusted R-squared | 0.981594 | S.D. dependent var | 73054379 | |
| S.E. of regression | 9911324. | Akaike info criterion | 3.510.811 | |
| Sum squared resid | 6.97E+15 | Schwarz criterion | 3.523.171 | |
| Log likelihood | -1.312.554 | Hannan-Quinn criter. | 3.515.746 | |
| F-statistic | 1.316.441 | Durbin-Watson stat | 0.085253 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Çalışmada kurulan modellerin ortak özelliği trendin bağımlı değişken olarak varsayılmıştır. Üretilen bu modellerde trend bağımlı değişken konumundadır. Anlamlı modeller arasından Akaike kritik değeri nispeten düşük olan model tercih edilerek analizler uygulanmıştır.

Trendin bağımlı değişken olarak varsayıldığı modellere tablo 1, tablo2 ve tablo 3'te yer verilmiştir. Tablo 1, trend üzerine T1, T2 ve T3 değerlerinin koştu- rulması neticesinde elde edilmiştir. Diğer bir söylemle modelin kübik bir yapıda olup olmadığı irdelenmiştir. Ancak kurulan modelde T2 ve T3 değişkeni hiçbir kritik düzeyde (%1, %5, %10) anlamlı değildir. Dolayısıyla elde edilen model kübik

bir yapı sergilememektedir. Sonuç olarak tablo 2 ve tablo3'te ki alternatif trend modelleri kurulmuştur.

Tablo 2. Trend Model Değerleri

Dependent Variable: TREND

Method: Least Squares

Date: 12/24/17 Time: 14:49

Sample (adjusted): 1998Q3 2017Q1

Included observations: 75 after adjustments

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| C | 1.35E+08 | 3806133. | 3.541.261 | 0.0000 |
| T1 | 3271721. | 85328.43 | 3.834.268 | 0.0000 |
| R-squared | 0.952695 | Mean dependent var | 2.62E+08 | |
| Adjusted R-squared | 0.952046 | S.D. dependent var | 73054379 | |
| S.E. of regression | 15997659 | Akaike info criterion | 3.604.009 | |
| Sum squared resid | 1.87E+16 | Schwarz criterion | 3.610.189 | |
| Log likelihood | -1.349.503 | Hannan-Quinn criter. | 3.606.476 | |
| F-statistic | 1.470.161 | Durbin-Watson stat | 0.039649 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Tablo 2'de ise trendin bağımlı değişken olarak alındığı ve sadece T1 değişkeninin dahil edildiği trend modeli yer almaktadır. Diğer bir ifade ile denklemin doğrusal bir yapı içerip içermediği tespit edilmeye çalışılmaktadır. Tablo 2'de görüleceği üzere hem sabit hem de T1 değişkeni tüm kritik düzeylerde (%1, %5, %10) anlamlıdır.

Kurulan bu model uygun model olmaya aday olmakla birlikte bir üçüncü modelin kurulması ve karşılaştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda geriye kalan tek model sabit, T1 ve T2 bağımsız değişkenlerin içerdiği karesel trend modelidir.

Tablo 3. Trend Model Değerleri

Dependent Variable: TREND

Method: Least Squares

Date: 12/24/17 Time: 14:49

Sample (adjusted): 1998Q3 2017Q1

Included observations: 75 after adjustments

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-------------|----------------------|-------------|-----------|
| C | 1.66E+08 | 3703533. | 4.484.857 | 0.0000 |
| T1 | 950763.8 | 218651.4 | 4.348.309 | 0.0000 |
| T2 | 29755.86 | 2.720.687 | 1.093.689 | 0.0000 |
| R-squared | 0.982225 | Mean dependent var | | 2.62E+08 |
| Adjusted R-squared | 0.981731 | S.D. dependent var | | 73054379 |
| S.E. of regression | 9874211. | Akaike info criteron | | 3.508.793 |
| Sum squared resid | 7.02E+15 | Schwarz criteron | | 3.518.063 |
| Log likelihood | -1.312.797 | Hannan-Quinn criter. | | 3.512.494 |
| F-statistic | 1.989.300 | Durbin-Watson stat | | 0.083691 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Tablo 3'te aynı tablo1 ve tablo 2'de olduğu gibi trendin bağımlı değişken konumunda olduğu ve sırasıyla sabit, T1 ve T2 değişkenlerinin bağımsız değişken biçiminde modele koşturulduğu trend modellerinden biridir. Bu model aynı

zamanda karesel bir yapının uygunluğunu tespit etme amacındadır. Çıktı sonuçlarından da açık bir şekilde görüleceği üzere sabitin yanısıra T1 ve T2 değişkenleri tüm kritik düzeylerde (%1, %5 ve %10) anlamlı bir yapı ortaya koymaktadır. Yani oluşturulması muhtemel denklemlerden bir diğerinin de karesel yapıya uygun bir denklem özelliği sergilediğini söylemek mümkündür.

Tablo 2'de ve tablo 3'te sırasıyla anlamlı oldukları tespit edilen karesel ve doğrusal denklemlerden daha uygun olanı Akaike ve Schwarz değerleri kontrol edilerek belirlenmektedir. Tablo 3'te Akeike ve Schwarz değerleri sırasıyla 35.08793 ve 35.18063, tablo 2 de ise bu değerler sırasıyla 36.04009 ve 36.10189 olarak gerçekleşmiştir. Tablo 3'e ait Akaike ve Schwarz değerlerinin nispeten daha düşük olduğu açık bir şekilde gözlenmektedir. Netice itibarıyle tablo 3'ü temsil eden karesel denklem yapısı en uygun trend model özelliklerini yansıtmaktadır.

Tablo 4. Uygun Trend Modeli

Estimation Command:

=====

LS TREND C T1 T2

Estimation Equation:

=====

TREND = C(1) + C(2)*T1 + C(3)*T2

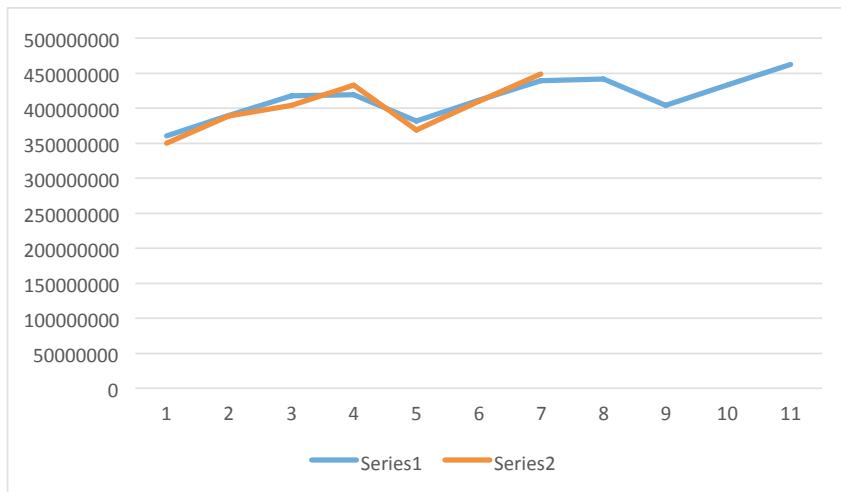
Substituted Coefficients:

=====

TREND = 166098193.76 + 950763.801027*T1 + 29755.8631878*T2

Tablo 4, uygun trend model çıktısını temsil etmektedir. Bu model çıktısından elde edilen denklemde trend bağımlı değişken konumunda olup sabitin yanısıra ilgili katsayılar açık bir şekilde görülebilmektedir. Bu denklem üzerinden gerekli hesaplamalar suretiyle tahmini trend değerlerine ulaşmaktadır. Elde edilen değerler trendin öngörü değeri olmakla beraber bu değerlere mevsimsel endeks değerlerinin dahil edilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak tahmini trend değerleri ve mevsimsel endekslerin ilgili dönemler itibarıyle toplanması neticesinde tahmini GSYH değerleri hesaplanmıştır.

Şekil 6. GSYH Gerçek ve Tahmin Değer Grafiği



Şekil 6'da yer alan seri 1 ve seri 2 grafikleri sırasıyla GSYH serisinin tahmini ve gerçek değerlerini temsil etmektedir. Seri 1 ve seri 2 grafikleri, şeilden de anlaşılıcagı üzere birbirleri ile aynı doğrultuda ve yakın bir yol seyri takip etmektedir. Dönem içi gerçek ve tahmin değerlerinin yakınlaşması ilerleyen dönemlere ait tahmini GSYH değerlerinin isabet katsayını artırması beklenmektedir. Dolayısıyla bu durumun tahmin edilecek olan sonraki yıllar için arzulanan bir şekil olduğu ve sağlıklı öngörüler üretmesi beklenmektedir.

Tablo 5. GSYH ve Büyüme Oranlarının Gerçek ve Tahmin Değerleri

| YILLAR | GSYH | GSYH | Gerçek | Tahmini | |
|--------|---------------------|--------------------|------------------------|---------------------|---|
| | Tahmin Değerleri | Gerçek Değerler | Büyüme Oranı (%) | Büyüme Oranı (%) | |
| 2016Q1 | | 360 468 606,00 | 350 054 756,90 | 4,8 | - |
| 2016Q2 | | 389 334 520,00 | 389 037 940,60 | 4,9 | - |
| 2016Q3 | | 417 418 004,00 | 404 236 509,20 | -0,8 | - |

| | | | | |
|---------------|----------------|-------------------|------|-----|
| 2016Q4 | 419 278 899,00 | 433 036 195,90 | 4,2 | - |
| 2017Q1 | 381 886 618,00 | 368 565 778,40 | 5,4 | 5,9 |
| 2017Q2 | 410 990 572,00 | 410 057 068,40 | 5,4 | 5,5 |
| 2017Q3 | 439 312 096,00 | 448 956 426,80 | 11,3 | 5,2 |
| 2017Q4 | 441 411 031,00 | 464 491 409,40 | 7,3 | 5,3 |
| 2018Q1 | 404 256 790,00 | 396 065 974,10 | 7,4 | 5,9 |
| 2018Q2 | 433 598 784,00 | - | - | 5,5 |

Tablo 5, GSYH ve büyümeye oranlarının gerçek ve tahmini skorlarını yıllar itibarıyle çeyrek dönemler halinde yansıtmaktadır. Bu dönemler 2016Q1 ile 2018Q2 arasını kapsamakta olup 2017 yılının son çeyreği ile 2018 yılı 1. ve 2. çeyrek dönemleri tahmin edilmiştir.

Çalışmada GSYH zincirleme hacim değerleri 2017 son çeyrek, 2018 yılı ise ilk 2 çeyrek halinde tahmin edilmiştir. Tahmini GSYH değerleri üzerinden tahmini büyümeye skorları aynı çeyrek dönemler için hesaplanarak tabloda yerini almıştır.

$$\text{Büyüme Oranı}_t = (\text{GSYH}_t - \text{GSYH}_{t-1}) / (\text{GSYH}_{t-1}) \quad (2.2.1)$$

GSYH_t : t dönemine ait zincirleme GSYH değeri

GSYH_{t-1} : t-1 dönemine ait zincirleme GSYH değeri

Büyüme oranı t dönem için yukarıda yer alan formül yardımıyla hesaplanabilmektedir (Yıldırım vd., 2016: 57-58). Tablo 5'te yer verilen tahmini büyümeye skorları bu formül (2.2.1) kullanılarak hesaplanmıştır. 2017 yılı son çeyrek dönem tahmini büyümeye oranı %5,3 olarak hesaplanmıştır. 2018 yılına ait 1. ve 2. çeyrek tahmini büyümeye oranları ise sırasıyla %5,9 ve %5,5 olarak hesaplanmıştır.

SONUÇ

Hemen hemen tüm alanlarda geleceğin belirsizliği ülke ekonomileri, kurum ve kuruluşlar açısından ciddi riskler teşkil etmektedir. Öngörü ya da tahmin üretebilme kavramı ülkeler ve ilgili ekonomiler için geleceğin planlanması açısından hayatı öneme sahip kavumlardır. Söz konusu ülke ekonomilerinin ileride atacakları

adımlar ve alacakları pozisyonlar açısından tahmin uygulamaları (forecasting) ayrıca önem arz etmektedir

Öngörü modelleri üzerinden yapılan tahmin sonuçlarında ele alınan serinin geçmişe yönelik eylemleri belirleyici olmaktadır. Diğer bir deyişle serinin önceki dönem davranışları ileriye dönük ipuçları vermektedir ve öngörü üretilmesini mümkün kılmaktadır. Geçmiş dönem dinamikleri ilgili serinin bir nevi potansiyelini yansıtma ve bu potansiyel üzerinden tahminler ortaya konmaktadır.

Türkiye'nin son 10 yıllık büyümeye oranları kabaca ortalama %5 ile %5,5 dolaylarında gerçekleşmiştir. Bunun yanısıra IMF, OECD ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar Türkiye'nin 2018 yılı büyümeye beklentilerini yaklaşık olarak %5 ile %6 bandında açıklamışlardır. Bu büyümeye beklentilerinin çalışmada elde edilen tahmini büyümeye oranları ile aşağı yukarı yakın değerlerde olduğu söylenebilmiştir. Diğer bir söylemle gerek uluslararası kuruluşların Türkiye'ye büyümeye beklentileri gerekse de çalışmada ulaşılan tahmini büyümeye skorları diğer şartlar sabit iken Türkiye'nin potansiyel büyümeyesinin ortalama %5 ile %6 arasında değişiklik göstereceğini ifade etmektedir.

Türkiye 2017 yılı ilk iki çeyrek dönemde %5,4 büyümeye skoruna ulaşmıştır. İlgili dönemler itibarıyle tahmin edilen büyümeye oranları sırasıyla %5,9 ve %5,5 olarak elde edilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'nin 2017 yılı 1. ve 2. çeyrek tahmini büyümeye oranları ile gerçek büyümeye oranlarının yakın değerlerde meydana geldiği söylenebilir. Yani Türkiye 2017 yılının ilk 2 çeyreğinde potansiyelinde bir büyümeye performansı sergilemiştir. Türkiye son iki çeyrekte ise potansiyelin oldukça üzerinde büyümüştür. Potansiyelin üzerinde gerçekleşen büyümeye skorları Türkiye'nin cari açık, enflasyon vb. makroekonomik göstergelerinde bozulmalara yol açmaktadır. Diğer bir söylemle cari açığa ve enflasyona rağmen büyümeye söz konusudur.

Türkiye özellikle 2017 yılı 3. ve 4. çeyrekte sırasıyla %11,3 ve %7,3 oranında büyüterek potansiyel büyümeye oranının oldukça üzerinde bir rakama ulaşmıştır. 2018 yılı 1. çeyrekte %7,4 gibi bir büyümeye oranına ulaşan Türkiye'de bu oran aynı şekilde potansiyelin üzerinde ortaya çıkmıştır. Potansiyelin üzerinde gerçekleşen büyümeye skorları üretimden ziyade tüketime dayalı bir büyümeye yani yapay bir büyümeyenin varlığına dikkatleri çekmektedir.

Dünya konjonktüründe gerek finans alanında sıkışma eğilimleri gerekse de dış ticaret alanında ortaya çıkan ticaret savaşlarının Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeleri ilerleyen dönemler için olumsuz etkilemesi muhtemeldir. Dolayısıyla büyümeye oranlarında itidalli olmak suretiyle enflasyon, cari açık, işsizlik vb. gibi

temel ekonomik göstergelerde istikrarın sağlanması adına gerekli yapısal adımların atılması ve bu yönde politikaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Bisgaard, S., & Kulahci, M. (2011). Time series analysis and forecasting by example. John Wiley & Sons.

Burger, C. J. S. C., Dohnal, M., Kathrada, M., & Law, R. (2001). A practitioners guide to time-series methods for tourism demand forecasting—a case study of Durban, South Africa. *Tourism management*, 22(4), 403-409.

Congressional Budget Office [CBO] (2004), "A Summary of Alternative Methods for Estimating Potential GDP," Background Paper, CBO, Washington.

Emre Alper, C., & BoraG-an Aruoba, S. (2004). Moving holidays and seasonal adjustment: The case of Turkey. *Review of Middle East Economics and Finance*, 2(3), 203-209.

Grandell, J. (1998). Time series analysis. Lecture Notes (KTH, Sweden, 2000). <http://www.math.kth.se/matstat/gru/sf2943/ts.pdf>.

Holt, C. C. (1957). Forecasting seasonal and trends by exponentially weighted moving averages (Carnegie Institute of Technology Research Paper). Pittsburgh, PA: PWS-KENT Publishing Co. Boston.

Lise, W. (2006). Decomposition of CO₂ emissions over 1980–2003 in Turkey. *Energy Policy*, 34(14), 1841-1852.

Makridakis, S., Wheelwright, S. C., & Hyndman, R. J. (2008). Forecasting methods and applications. John wiley & sons.

Önder, E., & Kuzu, S. (2014). Forecasting air traffic volumes using smoothing techniques.

Winters, P. R. (1960). Forecasting sales by exponentially weighted moving averages. *Management science*, 6(3), 324-342.

YILDIRIM, K., Karaman, D., & Taşdemir, M. (2016). Makro Ekonomi. Sözkesen Matbaacılık, Ankara.

NEXUS BETWEEN TRADE OPPENESS, FDI AND ECONOMIC GROWTH IN REPUBLIC OF MACEDONIA: VECM approach

LIZA ALILI SULEJMANI, PhD

INTERNATIONAL BALKAN UNIVERSITY

FACULTY OF BUSINESS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

liza.a.sulejmani@gmail.com

AFRIM ALILI, PhD

UNIVERSITY OF TETOVO

FACULTY OF ECONOMICS

afrim.alili@unite.edu.mk

Abstract

Having into consideration therecent awareness of the significant role of trade openness and Foreign Direct Investments on country's economic growth, main objective of this paper is to analyze this nexus in the case of Republic of Macedonia as a small open economy, covering time spin 2000q1 – 2016q4. Firstly, Augmented Dickey Fuller test is accomplished to test the time series stationarity, while Johansen test for co-integration is conducted for determining the existence of co-integration vector in the model. Finally, VECM it is employed in order to reveal the long-run relationship among FDI, Trade openness and economic growth in the case of Republic of Macedonia. In addition, empirical results of Johansen co-integration test and VECM suggest significant long-run relationship among these variables, thus revealing positive relationship between trade openness and economic growth, while negative among FDI and real GDP. Further, Granger causality test results indicate bidirectional causal relationship between trade openness and real GDP, while in the case of FDI and real GDP is present a unidirectional causality, running from FDI to real GDP.

Keywords: trade openness, FDI, co-integration, VECM, Granger causality.

JEL classification: F10, F21, F43

INTRODUCTION

FDI and Trade openness are widely discussed and analyzed issue, yet a general consensus regarding their effect and the causality among Trade openness, FDI and economic growth. In this direction, there exist a plenty of literature body as well as theoretical theories, suggesting the existence of the positive effects of FDI and trade openness on the country's growth. Theoretically, there exist an assertion of a positive nexus between FDI, Trade openness and economic growth of a country, outlined by several reasons so far: the neoclassical model of the endogenous theory point out the positive effect of FDI on economic growth through the increasing of physical investment's efficiency and volume (Romer, 1986; Barro and Sala-i-Martin, 1995). In addition, Krugman (1991) points out that FDI can facilitate 'agglomeration economies' by clustering and networking while also lowering market producers cost. The second reason conveys with the fact that the level of trade openness can affect the flow of international capital as well as the degree of comparative advantage of a country, based on the 'transaction cost theory' (Coase, 1937; Williamson, 1975). In addition, the framework of trade openness policy relays on allocating the factors of production to sectors with a comparative advantage (Solow, 1956; Romer, 1986).

From this view, theories outline positive nexus between FDI, trade openness and economic growth, thus even underlying their co-integration in the log-run based on the new growth theory. Yet, the main question to be investigated, referring to the main aim of this paper is if this nexus is available in every developing country. In this regard, the study analyzes the effect of FDI and trade openness on economic growth of Republic of Macedonia for the time spin 2000q1-2016q4.

Underlying the unachieved consensus among scholars if higher trade openness and FDI promote economic growth in developing countries, yet plenty of realized studies claim positive effects of trade openness and FDI on economic growth (Sakyi and Egyir (2017); Sunde (2017); Musila and Yiheyis (2015); Fetahi-Vehapi et al. (2015); Szkorupová (2014)). On the other side, another group of scholars have contradicted this positive nexus among FDI, trade openness and economic growth (Goh et al. (2017); Hye and Lau (2015); Eris and Ulaşan (2013)).

Recently, Republic of Macedonia has faced several reforms on the trade and macro policy with emphasizes on trade openness. Even though several papers exist on the investigation of the long-run effects of trade openness and FDI on economic growth in developing countries as well as their causal relationship, yet

the main contribution of this paper relays on the first attempt for co-integration analysis of this nexus and causality in Republic of Macedonia as a small open economy, through the VECM methodology.

The structure of the paper is organized as follows: the second section outlays the review the literature review regarding the theoretical and empirical background, section three provides the model specification and data, section four presents and discusses the empirical results and finally the last section includes the main conclusions and recommendations for the trade policy in Republic of Macedonia.

LITERATURE REVIEW

The development of the theory of trade policy has undergone two main phases: the neoclassical model of the endogenous theory – old theory and the new growth theory. In addition, trade policy has been discussed in large body of empirical research, while two main models have been emphasized: Rivera-Batiz and Romer (1991) model and Grossman and Helpman (1991) model. In both of these models have been pointed main reasons for long-run positive effects of the trade openness in economic growth: allocation effect, communication effect, integration effect and duplication effect, under the magnitude and dominance of which depend the impact of foreign trade on economic growth, providing a mixed and contradictory empirical results regarding this issue.

By investigating the effects of trade and FDI on economic growth, scholars Sakyi and Egyir (2017) realized an empirical analysis for 45 African countries for time period 1990 – 2014, resulting significant relationship among trade, FDI and economic growth. In addition, Sunde (2017) tested the nexus between foreign direct investment, exports and economic growth through ARDL model, suggesting co-integration relationship between these variables. Further, unidirectional causality was claimed among FDI and economic growth, running from FDI to growth, while bidirectional causal relationship was evident among exports and economic growth.

In their study, Musila and Yiheyis (2015) try to analyze the impact of trade openness on economic growth in the case of Kenya, suggesting positive relationship among them. In addition, Granger Causality test has shown unidirectional causal relationship, implying that a change in trade openness influences economic growth in the long run.

Further, Fetahi-Vehapi, et al. (2015) in their paper investigated the impact of trade openness on economic growth of South East European countries covering the time period 1996 - 2012. Moreover, their results claimed positive relationship among these variables, where trade openness at countries with higher level of initial income per capita, gross fixed capital formation and FDI was more beneficial. Moreover, in her study Szkorupová (2014) has analyzed the causal relationship of exports, FDI and economic growth in the case of Slovakia covering the time span 2001-2010, through Johansen co-integration and VECM. Moreover, her results reveal positive effects of exports and FDI on economic growth in the long run.

Beside of the evidence of the positive effects of FDI and trade openness on economic growth on the other side, Hye and Lau (2015) have investigated the relationship of trade openness and economic growth for the case of India by utilizing ARDL model approach. Moreover, they suggest negative effects of trade openness on economic growth in the long term and while in the short run this relationship tends to be positive. Further, Goh et al. (2017) have investigated long run relationship between exports, FDI and economic growth in Asian economies through ARDL model. The study found no evidence of co integration between the variables.

Finally, this paper investigates the effects of trade openness and Foreign Direct Investments on the economic growth of Republic of Macedonia as a small open economy, by utilizing quarterly time series for the time period 2000 – 2016. Moreover, VECM approach is used in order to analyze this relationship in the long run and short run and additionally Granger Causality test was conducted to test the causal relationship among these variables.

RESEARCH METHODOLOGY AND DATA

In order to investigate the effects of trade openness and FDI on economic growth in Republic of Macedonia for the quarterly time series 2000q1 – 2016q4, initially the basic empirical model has been determined from the following vectors:

$$Y = [\ln rGDP; \ln Open; \ln FDI; \ln exp; \ln rimp] \quad (1)$$

In this regard it is worth mentioning the list and abbreviation of the variables included in the model, presented in the following table 1.

Table1. List of variables and its abbreviations

| VARIABLE | ABBREVIATION |
|----------------------|--------------|
| Real GDP growth rate | rGDP |
| Trade openness | open |
| Real exports | rexp |
| Real imports | rimp |

All data used in the empirical analysis are secondary data referring to quarterly time periods for time spin 2000 – 2016, available from the National Bank of Republic of Macedonia. All variables have been transformed into logarithmic form.

In addition, some pre estimation tests are engaged in the analysis: lag selection according to the three main criteria AIC, SBIC and HQIC as well as Unit root test based on Augmented Dickey Fuller test.

Further, in order to test the long run relationship among trade openness, FDI and economic growth, Johansen co-integration and VECM methodology has been applied, explaining the short-run and long-run dynamic effects through the introduction of lost information in the differencing process.

Further, Granger Causality test has been used to determine the causal relationship among these variables while Impulse Response Function is applied in order to investigate the response of one variable to a given shock to another variable. Finally, post estimation tests are established in order to check the validity of the model and following has been used: VECM stability test, LM test and Jarque – Berra test.

EMPIRICAL RESULTS

In order to continue with the discussion of the results of the co-integration and VECM analysis, in the following table briefly is displayed the descriptive statistics of the variables.

Table2: Descriptive statistics

| Variable | Obs | Mean | Std.Dev | Min | Max |
|----------|-----|-----------|----------|-----------|-----------|
| ln rGDP | 71 | 1.134.094 | .1692452 | 1.101.653 | 1.161.263 |
| ln Open | 71 | 4.522.255 | .1989483 | 3.945.845 | 4.791.069 |
| ln FDI | 71 | 3.771.048 | .8760208 | 1.145.823 | 5.994.669 |
| ln rexp | 71 | 10.339 | .3667483 | 9.643.239 | 1.111.963 |
| ln rimp | 71 | 1.070.128 | .3453725 | 9.762.604 | 1.130.924 |

Source: author's calculations.

In addition, in order to determine if the data contain unit root or whether they are stationary or not, firstly it is selected the lag number according to three main criteria: AIC, SBIC and HQIC. The results are displayed in the following table, determining the number of the lag included in the analysis to be four.

Table3: Lag selection criteria

| Lag | AIC | HQIC | SBIC |
|-----|------------------|-----------------|------------------|
| 0 | -362.307 | -355.796 | -345.854 |
| 1 | -12.368 | -582.631 | -5.22976* |
| 2 | -625.211 | -553.596 | -444.228 |
| 3 | -666.024 | -561.857 | -402.777 |
| 4 | -7.50129* | -6.1341* | -404.618 |

Source: author's calculations

Further, in order to test the stationarity of the variables the Augmented Dickey Fuller test was employed, results of which can be seen on the following table.

Based on the results of the Augmented Dickey Fuller test, we can accept the null hypothesis of unit root, claiming that each variable contains unit root in their level, thus every variable is not stationary in their level. In this direction, it is tested whether variables can become stationary in their first and second

difference. According to the results, the null hypothesis of unit root is rejected for each variable, thus every variable becomes stationary in their first difference.

Table4: Augmented Dickey Fuller test results

| | VARIABLE | AUGMENTED DICKEY FULLER | COMMENT |
|--|---------------|-------------------------------|---------|
| Level | lnrGDP | 0.145 (-2.917) | H_0 |
| | lnOpen | -0.795 (-2.917) | H_0 |
| | lnFDI | -2.338 (-2.917) | H_0 |
| | lnrexp | -0.334 (-2.917) | H_0 |
| | lnrimp | -0.129 (-2.917) | H_0 |
| First difference | lnrGDP | -4.662 (-2.918) | H_1 |
| | lnOpen | -3.483 (-2.918) | H_1 |
| | lnFDI | -4.919 (-2.918) | H_1 |
| | lnrexp | -3.184 (-2.918) | H_1 |
| | lnrimp | -5.009 (-2.918) | H_1 |
| Notes: | | | |
| † numbers in brackets represent lag length in ADF test | | | |

Source: author's calculations

Further, in order to determine the existence of long-run co-integration relationship among FDI, trade openness and economic growth, the Johansen co-integration technique has been applied. Generally, non-stationary data cannot be used in a regression model as such since they can lead to spurious results. In this regard, authors Engle and Granger (1987) suggest that if linear combination of two or more non-stationary series can be stationary, they can be co-integrated while the stationary linear combination to be seen as long run relationship. In the following table are presented the results of the Johansen test for co-integration.

Table5: Johansen test for co-integration

| Null hypothesis | Alternative hypothesis | λ - trace | 95 % critical value |
|-----------------|------------------------|-------------------|---------------------|
| r = 0 | r > 0 | 765.436 | 68.52 |
| r ≤ 1 | r > 1 | 43.8410* | 47.21 |
| r ≤ 2 | r > 2 | 207.619 | 29.68 |

Source: author's calculations

According to the results of the Johansen test for co-integration, trace test shows that at least one co-integrating vector exist in the model among the variables at I(1), indicating the rejection of the null hypothesis of no co-integration vector and accepting the alternative hypothesis, thus supporting the existence of long run relationship among FDI, trade openness and economic growth in the case of Republic of Macedonia for the time period 2000 to 2016.

Finally, after the determination of the existence of the long run co-integrating vector, in order to determine the dynamic effects of trade openness and FDI on the economic growth of Republic of Macedonia in the long run and short run, the Vector Error Correction Model - VECM technique has been applied and the results are presented in the following table.

Table5: Vector Error Correction model results

| Variables (co-integration vector 1) | β | α |
|-------------------------------------|---------------------|--------------------|
| In rGDP | 1.000 | 0 |
| In Open | 0.0509 (0.049) | 0.9068 (0.000) |
| In FDI | -0.0044 (-0.375) | -10.282 (0.000) |
| In rexpx | -0.0522 (-0.397) | 0.4088 (0.024) |
| In rimp | 0.0703 (0.265) | 1.527 (0.000) |

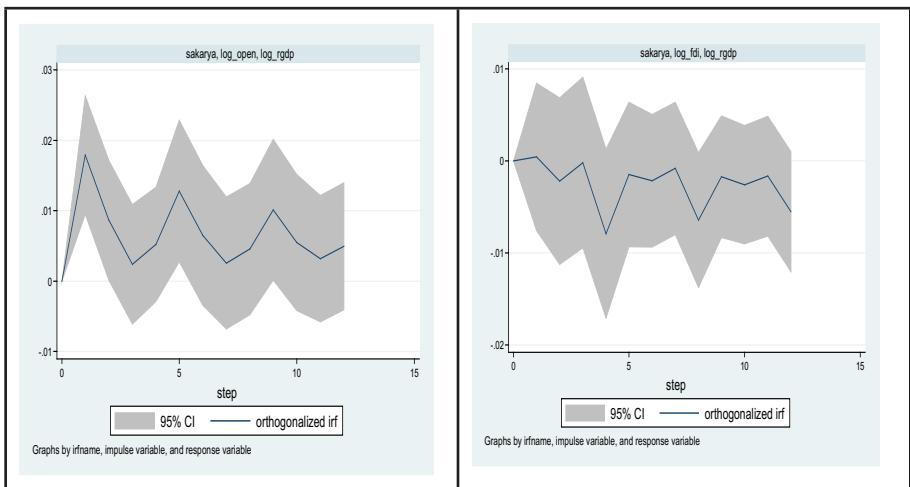
Notes: β - cointegrating vector and α - adjustment parameter vector; 1.000 - co-integrating vector normalized with respect to rGDP. Brackets - p values for probabilities for β and α

Source: author's calculations

In the above model, co-integration model is normalized with respect to real GDP growth rate. According to the β coefficients that are presented in the above table, trade openness has positive and significant effect on the economic growth of Republic of Macedonia for the time period 2000 to 2016 in the long run. In addition, FDI has insignificant results on the long run; however in the short run FDI tends to have negative effect on economic growth of the country.

In addition, Impulse Response Function has been applied to determine the response of one variable when a given shock is given to another variable, thus mainly is determined the response of GDP when a given shock is given firstly to trade openness while other factors are hold constant, and next when a given shock is applied to FDI while other variables hold constant. The results are expressed in the following graphs.

Graph 1: Impulse Response Function



Source: author's calculations

As it can be seen, when a shock applied to trade openness, the peak value of the response of real GDP is reached in the first quarter, while the lowest value can be experienced on the third quarter. On the other side, when a given shock is applied to FDI, the peak value of the response of the real GDP can be seen during the first quarter, while the lowest, even negative can be observed on the fourth quarter. However, the first graph demonstrate once more the long run relationship among trade openness and economic growth in the Republic of Macedonia, while the second graph demonstrates the negative effects of FDI on the short run on real GDP in Republic of Macedonia.

In order to determine the causal relationship between trade openness, FDI and economic growth in the case of Republic of Macedonia, the Granger Causality test has been employed and the results are presented in the following table.

Table 6: Granger Causality test results

| | | Dependent variables (equation) | | |
|---------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------|
| ln rGDP | Independent variables (1 lags) | ln open | ln FDI | |
| | | ln rGDP | 23.87 (0.000) | 4.613 (0.329) |
| | | ln open | 17.837 (0.001) | 0.61763 (0.961) |
| | | ln FDI | 14.509 (0.006) | 15.605 (0.004) |

Source: author's calculations.

As can be observed from the results of Granger Causality test, there exist a bi-directional causality between real GDP growth rate and trade openness, thus for both cases the null hypothesis has been rejected. On the other side, a unidirectional causality exists among real GDP growth rate and FDI, running from FDI to the real GDP. In this case the null hypothesis of FDI does not Granger cause real GDP growth rate can be rejected and accepted the alternative hypothesis. On the other side, the null hypothesis of rGDP does not Granger cause FDI has been accepted, thus suggesting that if FDI changes, the rGDP will not follow.

In addition several post estimation tests has been applied for the validity and stability of the fitness of this model such as VECM stability test and Lagrange-multiplier test. (see Appendix A)

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

This paper deals with the empirical approach of the long run and short run dynamic effects of the trade openness and FDI on the economic growth of republic of Macedonia for the time period 2000 – 2016. For this purpose the analysis incorporates the co-integration and the vECM technique. In addition, Granger causality test has been developed in order to determine the causal relationship among trade openness, FDI and real GDP growth rate in Republic of Macedonia and additionally Impulse Response Function has been applied to determine the response of the real GDP growth rate when a given shock is given to trade openness and FDI, separately when all other factors are hold constant.

Finally the findings are demonstrating the long run and short run positive effects of trade openness on the economic growth in Republic of Macedonia, in line with the theory and empirical findings so far. However, with regard to FDI, it has been demonstrated that FDI does not have significant effect on Macedonian economy, yet in the short run it shows negative relationship among these variables.

With respect to the causality, the empirical results denote bidirectional causality among trade openness and economic growth, while a unidirectional causality among FDI and economic growth, running from FDI to real GDP growth rate.

According to the empirical results, relevant arguments have been found regarding the important role of the trade openness on the economic growth in the Republic of Macedonia. In addition several recommendations would be helpful for the Macedonian government to consider for the trade policy: exports not to be concentrated on some products, change of the product structure required for the global market.

Promotion of exports to be part of trade liberalization policy. Trade policies to be implemented with complementary macroeconomic policies. Most exports come from the FDI sector, that helped to both diversify and increase the sophistication of the export basket. Creating backward linkages between FDI-funded and local firms would help reduce the import content of exports and thus improve trade balancesIndustrial diversification of FDI; not to be targeted only to industry but also in agriculture, IT sector and tourism geographical diversification in attracting FDI, beside of the European Union, to attract new foreign partners improvement of the business climate, stable regulatory framework, better credit policy.

REFERENCES

Barro, R.J. and Sala-i-Martin, X. (1995). Capital mobility in neoclassical models of growth. *American Economic Review*, 85, pp.103-115.

Blomstrom, M., et al. (1994). What explains the growth of developing countries? Oxford University Press. pp. 243-259.

Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Econometrica*, 4, pp.386-405.

Coe D. T. and Helpman E. (1995). International r&d spillovers, *European Economic Review* 39, pp. 859-887.

Dickey, D.A. and Fuller, W.A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49, pp.1057-1072.

Eris M. and Ulasan B, (2013). Trade openness and economic growth: Bayesian model averaging estimate of cross-country growth regressions, *Economic Modelling* 33, pp. 867-883.

Fetahi Vehapi et al. (2015). Empirical analysis of the effects of trade openness on economic growth. An evidence for South East European countries, *Proceedings Economics and Finance* vol.19, pp. 17-26.

Goh S.K. et al. (2017). Re-examining foreign direct investment, exports and economic growth in Asian economies using a bootstrap ARDL test for co integration, *Journal of Asian Economics* vol. 51, pp. 12-22.

Grossman, G., and Helpman, E. (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge: MIT Press.

Hye Q. M. A. and Lau W, (2015). Trade openness and economic growth: empirical evidence from India, *Journal of Business Economics and Management* volume 16, pp. 188-205.

Musila J. W. and Yiheyis Z. (2015). The impact of trade openness on growth: the case of Kenya, *Journal of Policy Modeling* vol.37, pp. 342-354.

Rivera-Batiz L. and Romer P. (1991). Economic integration and endogenous growth”, *The Quarterly Journal of Economics*. Vol.106, pp. 531-555.

Romer, M. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, vol. 95, pp. 1002-1037.

Sakyi D. and Egyir, J. (2017). Effects of trade and FDI on economic growth in Africa: an empirical investigation. *Transnational Corporations Review*. Vol.9, pp.66-87.

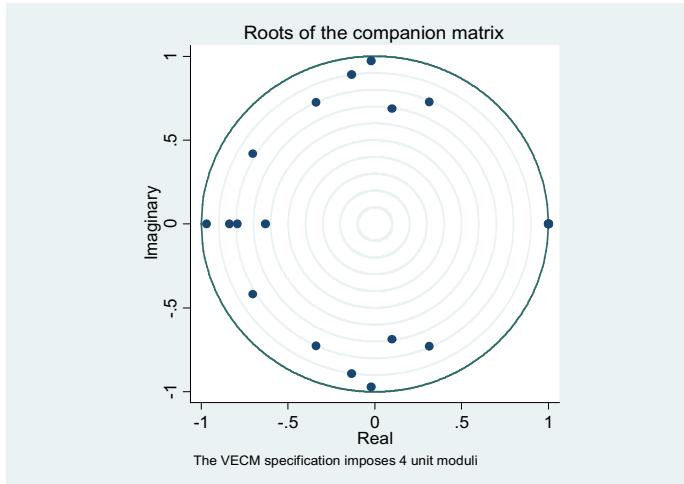
Sunde T. (2017). Foreign direct investment, exports and economic growth: ARDL and causality analysis for South Africa, *Research in International Business and Finance* vol 41, pp. 434-444.

Szkorupová Z. (2014). Causal relationship between foreign direct investment, economic growth and export for Slovakia, *Proceedings Economics and Finance* vol. 15, pp.123-128.

Were M. (2015). Differential effects of trade on economic growth and investment. A cross country empirical investigation, *Journal of African Trade* vol. 2, pp.71-85.

Appendix A

Graph1: VECM Stability test



Source: author's calculations

Table1: Lagrange-multiplier test

| lag | chi2 | Prob > chi2 |
|-----|---------|-------------|
| 1 | 283.879 | 0.29031 |
| 2 | 231.231 | 0.57037 |

H0: no autocorrelation at lag order

Source: author's calculations

Factors that Affected Collaborative Governance in Spatial Planning of Depok City

David Saputra, Irfan Ridwan Maksum

Faculty of Administrative Sciences, University of Indonesia

davidsaputrajbk@gmail.com

Abstract

The aims of the study are to analyse the factors that affected collaborative governance and also efforts to build collaborative governance in spatial planning in the city of Depok. This research used qualitative method with post-positivist approach. The data collection method consists of (1) Primary data which were collected through in-depth interviews with Public Works and Spatial Planning Department of Depok city; Development Planning Board of Depok city; and stakeholders in Depok related to the research problem such as housing developers and social society. (2) Secondary data were collected through the literature and documentation at the Public Works and Spatial Planning Department in Depok city. According to Indonesian laws and regulations Article 26 of 2007 on Spatial Planning, each city in Indonesia is required to have a Green Open Space (GOC) of at least 30 percent of its territory. It is also purposed to increase cooperation of all elements for Depok's spatial planning.

This research indicates that the implementation of collaborative governance in Depok's spatial planning has not been effective because Depok only has 3227.26 ha GOC less than 30 percent of 202.9 KM² city wide; the economic centralization in one particular region should have been intended for office or municipal services; and the role of government is still dominant in cooperation with stakeholders in spatial planning and management through public discussion, public hearing, and public consultation. Such a condition is influenced by several factors: lack of networked structure; lack of distributive accountability/ responsibility; and the lack of trust among the participants in spatial planning of Depok city.

Keywords: collaborative governance, spatial planning, green open space

Jel Code: D73 (Bureaucracy, Administrative Processes in Public Organizations)

I. INTRODUCTION

Spatial planning includes the planning, utilization and control of space utilization (UU No. 26 Year 2007 on Spatial Planning). Spatial planning is the starting point for achieving sustainable spatial success which directly affects the utilization and control of space utilization. Spatial planning is a plan of space utilization that is designed to maintain harmony of inter-sectoral development in the framework of development of long-term development programs (Nurmandi, 1999). Therefore, the spatial arrangement is crucial to be managed and integrated well for the sustainable development for the future generation.

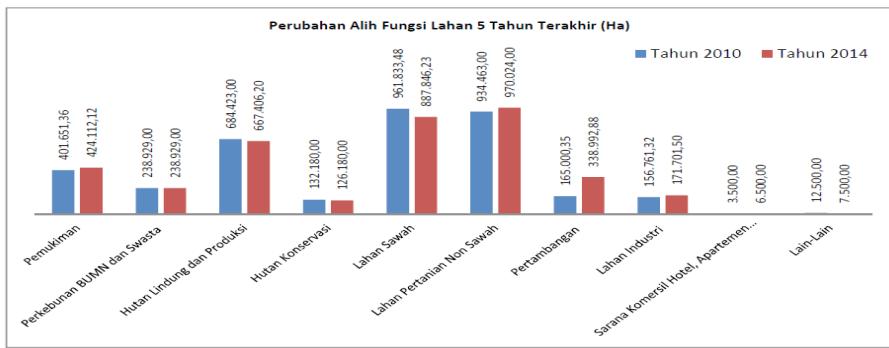
However, the spatial arrangement implemented in Indonesia has not been well managed and not well integrated with the stakeholders yet. It is also still far from public expectation. Various natural disasters occurred in Indonesia such as floods, landslides, and so forth might be an obvious indication of the impact of mismanagement of spatial planning. Some argues that such a mismanagement is caused by the personal interest of certain groups which has definitely hindered the national development aspired in Indonesia. In connection with that, the head of the center for data and public relations of Badan Nasional Penanggulangan Bencana (The National Agency for Disaster Countermeasure), Sutopo Purwo Nugroho, stated that the extent of flood and landslide disaster in Indonesia shows that development trend has not been well integrated yet as this kind of disaster is more caused by human factor rather than nature (Kompas.com, 2017).

In order to overcome the aforementioned issues, the government in West Java Province has put its spatial planning policy into *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah* (RPJMD) that is Regional Mid-Term Development Plan for the year 2013-2018. This policy is also supported by West Java Regional Regulation no. 22 of 2010 on the Spatial Plan of West Java Province Year 2009-2029, where this policy is directed to create equitable development of planned areas and integrated with all sectors as stated in a spatial plan. This spatial plan, then, is used as a reference of spatial policy for development in each sector so that space utilization in every city can be synergistic, harmonious and sustainable.

Nonetheless, the reality is different, as stated by Wahana Lingkungan Hidup Indonesia of West Java or WALHI (Indonesian Forum for Environment), the spatial policy in West Java including Depok City has not run properly due to the still occurrence of environmental damage as a result of land conversion which significantly increased over the last few years, and it is also caused by

spatial utilization outside the public interest such as for industrial development, settlement, mining and so on. This condition can be seen in Figure 1 where the high increase of functional shift of land during five consecutive years from 2010 to 2014 in West Java Province. While the land previously used for community needs such as agriculture, protected forest and green open space, it had been now converted into the interests of a group of people without considering the role of other stakeholders in urban development in West Java

Figure 1: Over land function in West Java period 2010-2014



Source: Walhi of West Java, 2015

Based on the bar chart presented above, the most significant land conversion is the decrease of paddy fields each year which reaches 14,800 hectares. In 2010, the area of the field was 961.883 hectares, whereas in 2014 it decreased significantly about 74,037 hectares to 887,846 hectares. As urged by Dadan Ramdan, the director of WALHI of West Java, the conversion of forest area is no different from previous years like 2010 to 2014, dominated by diversion into the mining sector, infrastructure development, toll roads and roads. The area of forest which has been converted until 2015 reaches 28,900 hectares, which is dominated by mining land (Tempo.com, 2015).

Similarly, in Depok city, data from the official website of the city of Depok indicates that while in 2010 farmland and plantation initially ranged 589 hectares, it has then decreased every year until 2014 to only 164 hectares. These functional shifts of agricultural lands and plantations functional are the result of Industrial growth. In other words, the convert of land is intended for industrial sector, mi-

ning and settlement needs. Besides that, other commercial condominium facilities have also contributed in reducing the productive agricultural land and other non-agricultural land. This condition has a direct impact on locals who have lost their land because of the displacement of their fields, so that food production decreases considerably from year to year.

Therefore, the arrangement of urban space becomes an important issue in development, which in its arrangement demands the role of government institutions that can accommodate all interests within the framework of democracy through cooperation among stakeholders as an effort and response of the government in handling public problems, called *Collaborative Governance*.

Ansell and Gash described a new strategy of government called collaborative governance. This kind of governance involves various stakeholders to work collaboratively with the government apparatus to make joint decisions (Ansell and Gash, 2007: 543). More specifically, Ansell explained that collaborative governance is a governance arrangement whereby one or more public institutions directly engage non-government stakeholders in a collective, consensus-oriented, deliberative collective decision-making process aimed at creating and implementing public policies and managing programs or public assets (Ansell and Gash, 2007: 544).

This notion is in line with those disclosed by Donahue and Zeckhauser (2011: 4) that every level of government agency has the opportunity to collaborate with private parties in achieving public goals more effectively than done by the government itself. More precisely, Donahue and Zeckhauser (2011: 30) interpret that "collaborative governance can be thought of as a form of agency relationship between government as principal, and private players as agents". This collaborative governance, therefore, can be regarded as a form of cooperative relationship between government as regulator and private parties as executors.

In Depok City spatial arrangement, Collaborative Governance might be considered very necessary because it can not be denied that every stakeholder in Depok City has limited capacity in fulfilling their own needs, so that they will exchange mutual resources with each other that is symbiotic mutualism, sharing for complementary purposes. Through this collaboration, all parties including the community will have a sense of ownership and responsibility to achieve the goals so as to increase opportunities in the development and success of sustainable development.

Spatial arrangement in Depok City has not been managed collaboratively, due to various issues. As proposed by M. Rahmat Yananda (2018), an expert in urban administration and the Director of Makna Informasi Indonesia, the spatial arrangement in Depok City and other cities still have masterplan which is hierarchical, where the municipal government only follows what has been set by the central government and has no authority in organizing or planning but adapting to their respective regions. Similar to the national RTRW which is relegated to the regions to be translated into provincial and district/city RTRWs, this demonstrates a hierarchical masterplan which indicates the lack of collaboration between central and local governments.

II. LITERATURE REVIEW

Governance and Good Governance

Governance is a keyword that discusses how government should work in a country. The term governance begins to be used when discussing development issues in Indonesia driven by the dynamics that demand changes in the government and citizens' sides that indicate a change in the governance pattern (Hatifah SJ, 2003: 1).

Governance is a mechanism for managing economic and social resources that involves the influence of government and non-government sectors in a collective activity (Ganie-Rochman, 2000: 142). This idea is also supported by Koiman (2009: 273) which states more governance to a series of socio-political interaction process between government and society in various fields related to public interest and government intervention on those interests.

If we talk about governance, it will not be separated from the term good governance, where governance can be optimal if the implementation is done well and authoritative. As affirmed by the State Administration / LAN (2000: 1) that the best practice of the process of organizing state power in implementing the provision of public goods and services is good governance.

Good governance is defined as a good governance process, involving stakeholders to various economic activities, social politics, as well as the utilization of various resources such as natural resources, finance, and human for the interests of the people implemented by adhering to the principle of equality, equity, equality, efficiency, transparency and accountability (World Conference on Governance, UNDP, 1999 in Sedarmayanti, 2007: 2).

In good governance, the role of government no longer becomes dominant because there are also other actors such as society and especially the business / private sector also play an important role in good governance. The government only acts as a regulator and market participants to create a conducive climate and invest in infrastructure that supports the business world.

The actors of good governance according to Sedarmayanti (2009: 280), including:

1. State / Government

The concept of governance is basically stated activities, but it further involves the private sector and civil society institutions. The state as one element of governance, including political institutions and public sector institutions. The role of government through its public policy is very important in facilitating the occurrence of the correct market mechanism so that deviations that occur in the market can be avoided.

2. Private Sector

Private sectors are included the private companies that are actively interacting in the market system, such as trade processing industry, banking, cooperatives including informal sector activities.

3. Civil Society

Community groups in the context of the state are basically between or in the middle of the government and the individual, covering both individuals and societal groups that interact socially, politically and economically.

Collaborative Governance

Collaborative governance is an advanced form of governance involving multiple stakeholders or simultaneously in a forum with government officials to make joint decisions (Ansell and Gash, 2007: 543). Ansell and Gash explained that further collaborative governance is a governance arrangement whereby one or more public institutions directly engage non-governmental stakeholders in a formal, consensus-oriented, deliberative collective decision-making process aimed at creating and implementing public policies as well as managing programs or public assets (Ansell and Gash in Afful-Koomson and Kwabena, 2013: 13).

Ansell and Gash's thoughts are in line with Donahue and Zeckhauser (2011: 4) that every level of a government agency has the opportunity to collaborate with private parties in achieving public goals more effectively than the one that

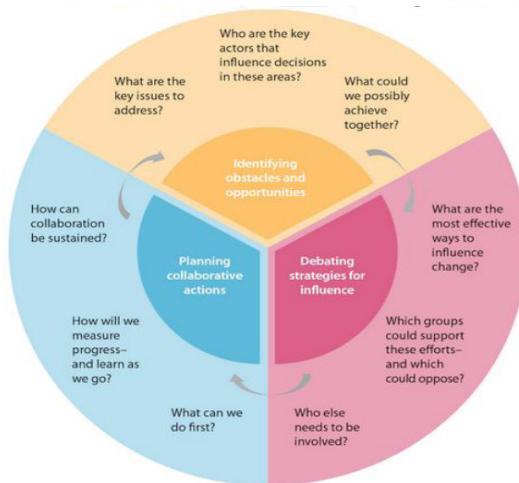
is done by the government itself. More precisely Donahue and Zeckhauser (2011: 30) interpreted the thought as “collaborative governance can be thought of as a form of agency relationship between government as principal, and private players as agent”, meaning that collaborative governance can be regarded as a form of cooperative relationship between government regulators and private parties as executors.

Collaborative governance is needed because the government is no longer the central actor in the policy process (Scharpf, 1978). More specifically, Rod Rhodes (1997, 57) says the state becomes a collection of inter-organizational networks composed of government actors and society with no single sovereign actor capable of directing or governing other actors, in general, no “boss” and “subordinate” terms, those all equally have an interest in creating governance.

Stages of Collaborative Governance

In collaborative governance, there are three focus phases or three stages which are the process of collaboration in governance (Ratner, 2012: 5). For more details, Ratner poured the stages in the picture below:

Figure 2: Collaborative Governance Stages



Source: Ratner, 2012

From the picture above, Ratner (2012: 5) classifies the stages of collaborative governance as follows:

1. Identifying Obstacles and Opportunities (Listening Phases)

The government collaborates with stakeholders, namely the private sector and the community, they will identify various obstacles to be faced during the governance process. At this stage, every stakeholder explains the problems and other stakeholders involved. Then take into account the opportunities in the settlement of any problems that have been identified as the solution of the problems that will occur.

2. Debating Strategies for Influence (Phase Dialogue)

Stakeholders involved in governance engage in dialogue on the barriers that have been described in the first phase. The discussion that is done by each stakeholder involved in the selected step as the most effective step to solve the problem. Then they discuss which parties are capable of supporting the resolution of the issues in governance that have been described.

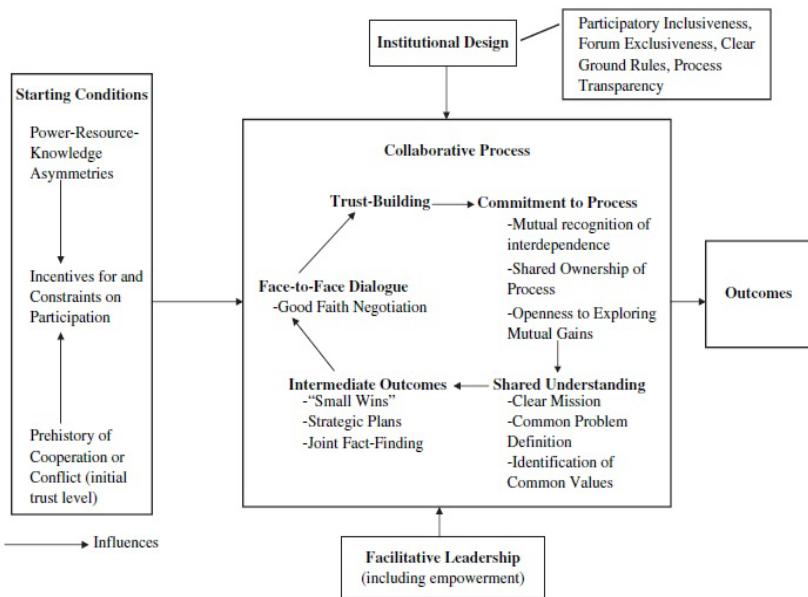
3. Planning Collaborative Actions (Option Phase)

The stakeholders that are involved will begin to plan on the implementation of each strategy discussed in the previous stages, such as the initial steps to be taken in a collaborative process between stakeholders (government, private sector, and community), then identify the measurements of each process undertaken and determine steps to keep the collaboration process going in the long term.

Collaborative Governance Model

In collaborative governance, there are several variables: initial conditions, institutional design, leadership and collaborative processes (Ansell and Gash, 2007: 7). Where these variables form a contingency model of collaborative governance as shown in more detail in the following figure:

Figure 3: Collaborative Governance Model



Source: Ansell dan Gash (2007: 8)

From the picture above, it can be seen that each of these variables can be sorted into smaller variables. Collaborative process variables are defined as the core of the model, which begins with starting conditions, institutional design, and leadership variables as the context in the collaborative process. In the starting conditions, the government regulates the level of trust, conflict, and social capital that become resources or obligations during collaboration. Institutional design establishes the basic rules needed in collaboration. Leadership provides important mediation and facilities in the collaboration process. The collaboration process itself is very iterative and nonlinear, so the collaboration process is already represented (with considerable simplification) as a cycle.

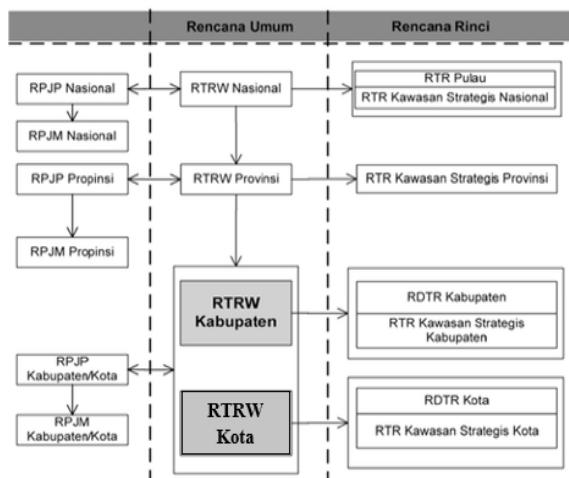
Spatial Planning

Spatial planning is one form of government policy in the field of urban and regional development that includes three interrelated main processes, namely

spatial planning, space utilization, and spatial use control. These three activities run as a continuous cycle in a spatial management that aims to improve the quality of the human environment (Noor, 2011).

Spatial planning includes the spatial arrangement of the national territory, the spatial arrangement of the province, and the spatial arrangement of the districts/municipalities. these three sections shall be done in stages and complementary namely the spatial arrangement of the national territory, the spatial arrangement of provinces and the spatial arrangement of regencies/each other, in synergy and in the implementation there is no overlapping of authority over each other (Akib-Jackson et al, 2013: 37). This can be seen in the composition of the spatial plan as shown below:

Figure 4: Spatial Planning Structure



Source: Akib-Jackson dkk (2013: 37)

Factors that Affecting Collaborative Governance in Spatial Planning of the City

There are several factors that influence of collaborative governance in the spatial planning of the city by referring the concept of Ansell and Gash (2007: 8) in the his statement about model of collaborative governance, namely:

1. Power/ Resource Imbalances

- a. No organized stakeholders group to represent individual stakeholders collectively
- b. Some stakeholders do not have skill and expertise to involve in discussion on technical problems
- c. Some stakeholders do not have time, energy, and freedom to involve in intensive collaborative process

2. Incentives to Participate

Incentive to participate in collaborative governance will increase if:

- a. Stakeholders prove the direct relationship between their participation and concrete and effective policy
- b. Collaborative process is exclusive forum in decision making
- c. Collaborative process will result meaningful result

Incentive to participate in collaborative governance will decrease if:

- a. Stakeholders could achieve their goals through alternative ways
- b. Stakeholders think their feedback as an advice
- c. Stakeholders are disappointed with the collaborative process and result

3. Prehistory of Antagonism and Cooperation

Prehistoric conflicts create suspiciousness, untrustworthy, and stereotype.

On the other hand, previous successful cooperations could develop social capital and increase trustworthy which establish good collaborative cycle.

4. Facilitative Leadership

Ryan (Ansell and Gash, 2007: 12) identified three components of effective collaborative leadership, such as:

- a. Sufficient management toward collaborative process
- b. Maintaining technical credibility
- c. Ensuring that collaboration is utilized to make credible and convincing decision to all stakeholders.

5. Institutional concerns

Institutional concerns in collaboration:

a. Participation Inclusiveness

Collaborative process should be extensively inclusive to all stakeholders. Low and exclusive will threaten legitimization of collaborative result.

b. Exclusiveness of the collaborative forum

When the collaborative forum is the only joint forum, this will motivate stakeholders participation, vice versa.

c. Clear ground rules and process transparency

Clear ground rules and process transparency convince stakeholders that the collaborative process is clear, fair, and open. Moreover, by transparent process, stakeholders are convinced that public negotiation is proven and collaborative process is not a tool to enclose the private bargaining.

d. Time limit

Discussion time limit should be realistic because time limit could restrict the widespread scope of discussion

6. Uncontrolled Commercialization/ Privatization

If Uncontrolled Commercialization/ Privatization continuously occurs, this will hamper collaboration in urban spatial management which public as one of stakeholders will receive the impacts and public think that government as policy makers start to be hollowed out, comply to particular elite interests, and ignore urban spatial principles (Mahaswara, 2016). Government should manage and determine which the appropriate resources are to be privatized or self managed to public interest

7. Uncontrolled Development of the City

Urban development should be controlled in order to the regions could be developed as healthy and good quality regions. All stakeholders are involved in urban spatial management.

The Build of Collaborative Governance in Spatial Planning of the City Aspects of the Development Stage (Ansell dan Gash, 2007: 15):

1. Face-to-Face Dialogue

Communication through face-to-face dialogue is required by stakeholders to identify opportunity of shared benefit because this is the main feature of overcoming communication stereotype and hurdles.

2. Trust Building

Stakeholders should allocate their time to develop trust effectively. If they do not allocate time and financial resources sufficiently, stakeholders should not start their collaborative strategies.

3. Commitment to the Process

Commitment to process means developing conviction that shared benefit bargaining is the best way to create desirable policy output. Commitment to process requires stakeholders willingness to comply the collaborative forum continuously.

4. Shared Understanding

Shared understanding could indicate an agreement on problem definition or relevant knowledge which is needed to overcome the problems.

Aspect of Precondition:

1. Political Support

Leadership political will and stakeholders coordination is required in planning and implementing collaborative governance between institutions for effective urban spatial management.

2. Society Support

Collaborative governance does not emerge and work in vacuum, but society support is required. Society is the mirror of various stakeholders.

3. Sufficient Resources

Sufficient resources is a driver of successful collaborative governance in urban spatial management and will affect on the incentive to participate in collaborative process.

4. Conducive Cultures or Values

Each actor should adapt on existing cultures and values in collaboration and could not force their individual culture. Furthermore, all actors should obtain same treatment, regardless their social status.

III. METHODOLOGY

This research used qualitative method with post-positivist approach. The data collection method consists of: Primary and Secondary data. Primary data, were collected through in-depth interviews with Public Works and Spatial Planning Department of Depok city; Development Planning Board, and the developer of housing of Depok city; and also stakeholders in Depok related to the research problem such as housing developers and social society. Secondary data, were collected through the literature and documentation at the Public Works and Spatial Planning Department in Depok city.

IV. DISCUSSION AND CONCLUSIONS

Referring to the factors that can determine the model of collaborative governance in the spatial arrangement by Ansell and Gash (2007), it shows that the determinants of collaborative governance in Depok City was not effective, because there was still hierarchy from the central government. So in a collaborative government, the local government does not feel the equal rights, obligations, responsibilities, authority, and opportunities for accessibility in preparing or planning RT&RW (the neighborhood and hamlet). So the local government will only run the RT&RW (the neighborhood and hamlet) according to the guidelines without considering the complaints or aspirations of the stakeholders in Depok City. Some efforts had been made to capture the aspirations of stakeholders by Depok City Government in public discussion, public hearing, and consultation public. Those aimed to find out what and how exactly the level of understanding, response, and public expectations of the layout of the city of Depok at this time and that will be planned in the future. As if the activity was a mere formality but at the end it was back to the national spatial reference

This had an impact on the spatial arrangement of Depok City, is seen in the case of congestion that increasingly haunted the city of Depok lately which was caused by the high traffic flow. Every traffic jam in Depok City is always followed up with partial handling and always rely on resetting the traffic cycles, such as building separators, and this was not a comprehensive policy (Titro.id, 2018). The government built a road separator that makes Margonda streets divided into slow lanes and smooth lanes. However, these road separators did not reduce the congestion that occurred. Today, Margonda street becomes the center of the worst congestion in the city of Depok. That means that in building the highway,

the government did not consider the complaints of stakeholders, the problems that occur in the field, or how the participation of people affected directly from the bottleneck is. Here, the concept to increase the cooperation and roles division for spatial management [according to Regional Regulation of Kota Depok No. 1 Year 2015 on RT RW (the neighborhood and hamlet)] had not been implemented maximally.

The road separator policy is built by not including the participation of the stakeholders of the community, NGOs, academics, and even capital owners to carry out the division of responsibilities in overcoming the congestion. If communities or NGOs submit their complaints on the road usage issues, thus academics can analyze the objectives and impacts of the policies before they are implemented, while the capital owners can facilitate funds if governments lack to create vital spaces in an effort to cope with congestion.

In other cases, the problem of the uncontrolled of land conversion led to insufficient of the green open space (GOS) in Depok city from year to year, which actually should cover 30 percent of Depok City area of 202.9 KM². It means that Depok City should have GOS area of 6,087 ha, however, until now it only has a total green space of 3,271.26 ha (according to the Data of Dept. of PUPR Depok City, 2018). From the data shows automatically until now GOS Depok city has not been fulfilled even still far below target. This was due to the addition of new settlements or business premises that were not well organized. As stated by the Head of Sub Division of Residential Infrastructure and Natural Resources Depok City (2018) that the 30 percent of deficit GOS in Depok City was constrained by the lack of public participation to understand the importance of green space for everyone. In private execution, it was very difficult to apply and take a long time to create or improve the green space despite socializations had shared to the community.

The problem above happened because people were less confident about the actions or services that were provided by the government about the open space. People preferred to own the land and sell it to a housing developer rather than given to the government for public land. Here, “trust-building” within the stakeholders or communities and governments was less established, they lack the confidence that the government can be given the confidence to cultivate private land into green space as a form of mutual interest. In this case, every stakeholder

should trust each other because as a manifestation of professional relationships were established to achieve successful implementation of collaborative governance.

If the lack of green open space continues it will cause floods, landslides, and other disasters because the water absorptions are diminished and the function of forest or trees as a retaining rain were logged for housing. It was seen that flood and landslide disaster in Depok city was quite high in 2017 where there were 5,071 casualties suffered and displaced due to frequent floods. Then there was 1 person died and 1 person was injured due to landslide (Data processed from Data Indonesia Disaster Information, BNBP Indonesia, 2017).

Then the issue of centralization of economic infrastructure in the Margonda area should be preferred for office or city services (based on Public Works and Human Settlements Service Data of 2018 on General Provisions of Depok City Zoning Regulation), but Margonda was also maintained as an economic center as stated in the draft Indication of Development Program Depok City. So the existence of supermarkets to settlements that were increasingly growing without considering the distance between one supermarket to another according to the needs of the community. The fact that was found in Margonda that there were at least 5 adjacent supermarkets and housing in the building process, thus makes Margonda area as the centric. This happens because the entrepreneurs or private parties believe that only the Margonda area that can be used as an economic area, and there was no potential for other regions (according to the interview with Head of Dept. of Infrastructure of Residential and Natural Resources Depok, 2018). All in all, making Margonda street as the center area, the government or stakeholders did not believe in the potential of other regions to grow and sustain the economy of Depok City.

V. REFERENCES

Ansell, Chris and Alison Gash. 2007. *Collaborative Governance in Theory and Practice, Jurnal of Public Administration Research and Theory*. Published by Oxford University Press

Donahue, Jhon and Richard, Zeckhauser. 2011. *Collaborative Governance: Private Roles for Public Goals in Turbulent Times*. New Jersey: Princeton University Press

Budihardjo, Eko. 2005. *Tata Ruang Perkotaan*. Bandung: PT. Alumni

Dwiyanto, Agus (Editor). 2006. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: UGM Press

United Nations Development Programme. 1997. *Governance for Sustainable Human Development*. New York: UNDP

Lembaga Administrasi Negara dan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan. 2000. *Akuntabilitas dan Good Governance*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara dan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan

Hetifah Sj. Sumarto. 2003. *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Santoso, Jo. 2006. *(Menyiasati) Kota tanpa Warga*. Jakarta: Centropolis

Soerjani, Moh et al. 1987. *Lingkungan: Sumber Daya Alam dan Kependudukan dalam Pembangunan*. Jakarta: UI-Press

Nurmandi, Achmad. 1999. *Manajemen Perkotaan: Aktor, Organisasi dan Pengelolaan Daerah Perkotaan di Indonesia*. Yogyakarta: Lingkaran Bangsa

Supriyatno, B. 2009. *Manajemen Tata Ruang*. Tangerang: CV. Media Berlian

Goldsmith, S and Donald F. K. 2009. *Unlocking The Power Of Networks: Keys To High Performance Government*. Washington, D.C: Brookings Institution Press

Ganie-Rochman, Meuthia. 2000. Artikel “Good Governance : Prinsip, Komponen dan Penerapannya” dalam HAM: *Penyelenggaraan Negara Yang Baik dan Masyarakat Warga*. Jakarta: KOMNAS HAM

Sedarmayanti. 2007. *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju

Sedarmayanti. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi, dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama

O’Flynn, J and John W. 2008. *Collaborative Governance: A New Era Of Public Policy In Australia*. Australia: E Press

Afful-Koomson, T and Kwabena O.A. 2013. *Collaborative Governance in Extractive Industries in Africa*. Africa: Pixedit Limited

Ratner. 2012. *Collaborative Governance Assessment*. Malaysia: CGIAR

Akib, Muhammad, Charles Jackson dkk. 2013. *Hukum Penataan Ruang*. Bandar Lampung: PKKPUU FH UNILA

Mulyandari, Hestin. 2011. *Pengantar Arsitektur Kota*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Pittas, M, and Ferebee, A (editors). 1982. *Education for Urban Design*. New York: Institute for Urban Design

Wanna, John. 2009. *Policy in Action*. Sydney: UNSW Press

Wahab, Solichin Abdul. 2002. *Analisis Kebijakan Negara*. Jakarta: Rieneka Cipta

Rhoddes, R.A.W. 1997. *Understanding Governance Policy: Network, Governance, Reflexivity, and Accountability*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press

Pierre, Jon, and B. Guy Peters. 2000. *Governance, Politics and the State*. London: MacMillan Press Ltd

Ahmadi, Wiratni. 1995. *Pengaturan Tata Ruang Yang Berwawasan Lingkungan Hidup*. Bandung. Makalah Disampaikan Dalam Seminar Sehari Lingkungan Hidup Dan Tata Ruang

Scharpf, F.W. 1978. *Interorganizational Policy Studies: Issues, Concepts and Perspectives*. in: K.I. Hanf and F.W. Scharpf (eds). 1978. *Interorganizational Policy Making: Limits to Coordination and Central Control*. London: Sage: 345–370.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Kencana

Abidin Kusno. 2006. *Ruang, Kekuasaan dan Identitas Dalam Konteks Urban di Indonesia: Pendekatan Historikal*. Dalam Berita LBH Jakarta, Nomor: 11 / Oktober / 2006

Slamet Darwani. 2007. Sekretariat WALHI Jakarta-Pejaten. Rumah Apresiasi. htm: 21 November 2007

Nurkholis Hidayat. 2007. Sekretariat LBH Jakarta-Jl. Diponegoro. Rumah Apresiasi. htm: 21 November 2007

Morse, Ricardo S, and John B. Stephens. 2012. Teaching Collaborative Governance: Phases, Competencies, and Case-Based Learning. *Jurnal of Public Affairs Education*, Vol. 18, No. 3, pp. 565-583, Summer 2012

Cahyadi, Arif. 2016. *Penerapan Good Governance dalam Pelayanan Publik*. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, Vol. 2 No. 2, hal. 479 – 494, Oktober 2016

Hidayat, Sri. 2017. *Pelibatan Publik Dalam Perspektif Perencanaan Ruang yang Partisipatif dan Kolaboratif*.

Blair, Neale, James Berry and Stanley McGreal. 2005. *Regional Spatial Policy for Economic Growth: Lessons from the Deployment of Collaborative Planning in Northern Ireland*. *Jurnal of Urban Studies*, Vol. 44, No. 3, 439-455, March 2007

Suweda, I Wayan. 2011. *Penataan Ruang Perkotaan yang Berkelanjutan, Berdaya Saing dan Berotonomi*. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, Vol. 15, No. 2, Juli 2011

Yananda, Muhammad Rahmat, Irfan Ridwan Maksum dan Heri Fathurahman. 2017. *Promoting Collaboration in Jabodetabekjur: A Learning Regions Perspective on Knowledge-Based Economy*. *Jurnal of Policy and Governance Review*, Vol. 1, Issue 1, Januari 2017

Utoyo, Bambang. 2010. *Governance dan Penataan Ruang (Studi Model Perencanaan Tata Ruang Kota Melalui Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process*

Peraturan Perundanga-undangan

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang

Peraturan Daerah Jawa Barat Nomor 22 Tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Jawa Barat 2009- 2029

Peraturan Daerah Kota Depok No. 1 Tahun 2015 tentang RTRW

Official website of Depok Government

Draft Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019

USING DIFFERENT VERSIONS OF ERP FOR COMPANY BUSINESS NEEDS

Lecturer Phd. Dinucă Elena Claudia,

"Titu Maiorescu" University of Bucharest, Economy and Sustainable Development

Department

claudia.dinuca@yahoo.com

Brief topic explanation

Nowadays, it is well known that the intellectual capacity of a person is outweighed by the volume and complexity of the information gathered over time, which is why information systems allow data storage for further analysis and provides methods of processing and filtering them to extract only relevant data. In such a way some companies use stand alone applications or ERPs.

Some of the important and more used commercial ERP that can be found on the market place today are SAP and ORACLE. Both of them have modules for dealing with all entities of the organization. Starting from financial modules (GL-general ledger, AR, AP, AR), procurement (PO, INV) and human resource modules, this ERP covers all company needs

SAP comes from System Applications and Products. It is the name of the company that has developed the software and also the name of the online financial and administrative software. SAP is made up of individual modules that perform various organizational system tasks. In different companies SAP is implemented and configured in such a way to need the company requirements. In some companies it is also integrated with others systems.

Keywords: ERP systems, integrated systems, decision support system, data warehouse, data mining, data retrieval, data analysis

J.E.L. Classification : D8, M15, M41

The aim of the study

The aim of this research is to analyse and present the way that different ERPs are implemented and how they help and improve the activities from companies.

The main aim of the study is to present the way that different ERP systems are implemented for some companies, how different modules are used and their benefits for company business needs.

Advances in information technology, permanent changes in business environment have made running a successful business more difficult than ever before. To remain competitive on the market place, companies have to react to the new changes in order to survive and succeed. Nowadays, most business are confronted with the choice of either implementing a whole ERP software or simply deploying a traditional standalone application. We will relate by examples the benefits of ERP versus standalone business applications.

Methodology

The used methodology is research of the actuals ERP and to present the benefits of using them and also test and present by example the use of some ERP that can be find now on the market place, to present different ERP modules.

The research consists of more phases. One phase is the literature review, including published journals and proceedings and case studies. Next phase is the ERP benefits categorisation, that is made based on business functions and decision paradigm. In the last step, the researcher explains the benefits of ERP for business need and a summarisation of benefits.

We will explain some of the financial modules, their functionality and benefits.

- Oracle Payables (AP);
- Oracle Receivales (AR),
- Oracle Cash Management,
- Oracle Assets (FA);
- Oracle General Ledger (GL).

So, the modules are interconnected in an ERP. For example, if we enter details about an invoice we have also information with the procurement modules about the contract. After entering data in AP and AR modules, we'll have the journals created in GL. There are also interconnection between human resource modules and AR and FA modules. For example, we can have employees from the company defined as receivales. So, we can take informations about them from HR modules.

ERP architecture and features

ERP systems providers, especially those with experience in MRP and financial services software and have realized the limitations of old legacy information systems used during 1970-1980. Increasing the capacity of such systems has been difficult or users were unable to update the company's business changes, strategic objectives and new technologies.

An ERP system is required to have the following characteristics:

- an modular design comprising several distinct modules business, such as financial, manufacturing, accounting, distribution, etc .;
- using same centralized database management (DBMS);
- integrated modules and providing continuity with the data flow between modules, greater operational transparency through standard interfaces;
- they are generally complex systems involving higher costs;
- should be flexible and provides best business practices;
- they are time consuming and require adaptation configuration settings for integration with the company's business functions;
- modules work in real time, on-line and batch processing capabilities;
- these are Internet enabled.

The ERP systems are continuing developing nowadays. They contains all integrated systems of information that can be used in any organizationare.

Starting from Production :

-bills of materials, scheduling, workflow management, quality control, cost management, manufacturing

- Supply Chain Management
- Inventory,Order Management, Order Entry, Purchasing, product configuration, supply chain planning, supply scheduling, verification of goods
- Financial Modules
- Suppliers, Customers, Fixed Assets, General Ledgers, Cash Flow Management
- HR
- Human Resources, Payroll Services, Training, Timesheets, Registers, Benefits
- Customer Relationship Management
- Sales and Marketing, Service and Customer Contact Center, Customer Support
- E-commerce

In universities it can also be implemented another module related to students management. It contains information on each student, courses that he can attend, he can choose the course he wants to enroll, there is all the flow from first year to graduate moment. It also can be printed the diploma and transcript of records from the system. The teachers can make the schedule online, insert student grades.

Another important benefit of implementing an ERP system that is also mentioned at the moment in ERP literature is that through it it is achieved an competitive advantage. The organizations that are using ERP have seen a facilitation in their interaction with customers and suppliers by the data precision which was increased and also the quality and availability of information due to the improved business processes. Some authors see ERP system as a technology that allows the construction and increasing social and intellectual capital to gain competitive advantage. The winner companies have seen that quality data leads to better decision making.

There are studies that have examined the impact of adopting longitudinal ERP business performance by linking companies that have adopted ERP companies that have adopted this system. Their results indicate that the return on assets, return on investment, and asset turnover have been significant over a period of three years for those who have adopted them. Their findings on the study put a new light productivity paradox associated with ERP systems and suggests that the adoption of ERP helps companies to gain a competitive advantage over non-adopters. Technical issues such as system architecture, language, data modeling and integration with ERP systems such as management systems, supply chain (SCM), are other sectors that have contributed to these issues.

Available findings

Nowadays there are plenty of standalone applications that are used for different business. The plus of value that is added by using an integrated application is not only the design of an application that can be used by companies from different economic sectors, but the creation of a system allowing for comparative analyzes of the financial statements of economic agents and also that connects more fields from the business facilitating data extraction and converting it also in information. Thus, the ERP system aims to integrate the accounting activity within the company.

Benefits of ERP

While choosing a software system for an organisation, the decision people are wondering how enterprise resource planning (ERP) software differs from standalone business applications. They have to decide between deploying a traditional stand-alone application or either implementing a whole ERP software. Then while implementing the ERP systems, they have to decide between in-house (on-premise one) or in cloud. In order to take the best solution in each case, you have to be informed. When you have sufficient information, making such decisions should not pose any challenges. For starters, ERP software is basically a business management system with various integrated comprehensive systems that can be used to manage and integrate all business functions within the organisation. On the other hand, stand-alone business applications refers to applications designed for specific customer needs but have limited functionality and are isolated from other applications.

ERP software facilitates enterprise-wide integrated information system covering every organisational functional area such as accounts, human resources, sales and distribution, marketing, manufacturing among others. A stand-alone business application is limited to a specific functional area, say if it is an accounting function, the application does not seamlessly integrate with other functional areas. The main differences between ERP software and stand-alone business applications are on functionality and characteristics. Unlike the stand-alone business applications, Enterprise resource planning software not only addresses the current needs of the organisation but also offers continuous opportunity of refining and improving the business processes.

Using an ERP offers more flexibility. Nowadays, the need for companies to remain competitive cannot be overemphasized. Most companies implement ERP software to enhance coordination among various business entities within the same firm and also as business partners. Standalone business application are not so flexible, they are not able to go beyond the specific entities in which they are used.

In order to obtain a well implemented ERP, the company needs the proper planning from management due to human and financial resources required. So, a good implemented ERP software include support from top management, project management, careful selection of appropriate ERP, user training. Implementing a stand alone business application might only require the attention of the specific department.

A good implemented ERP software facilitates the integration of all organisational entities, so the communication the trasfer and share of information can be easily. As example, a report generated by the financial departement can easily be shared with the procurement department and any other relevant departments. Most ERP systems come with enhance communication facilities to enable ease of communication. A standalone business application does not support communication with other organisational entities and in case a report is generated, it cannot be shared unless it is printed or emailed.

When you have to decide whether to deploy an ERP software or a standalone business application, you have to take in consideration the entire organization. You need to consider various factors such as whether the software supports growth, if it is flexible to accommodate the entire business, cost-effectiveness.

Even if it is an On Premise ERP or a Cloud ERP it has a lot of benefits instead of traditional applications.

It can be Oracle or SAP ERP. Both of them have modules integrated to help achive all the company needs. It has just to check which of them is best for the actual company, a study case must be done before starting to implement some of this ERP.

Some of the important and more used commercial ERP that can be found on the market place today are SAP and ORACLE.

It can be Oracle or SAP ERP. Both of them have modules integrated to help achive all the company needs. It has just to check which of them is best for the actual company, a study case must be done before starting to implement some of this ERP.

Both of them have modules for dealing with all entities of the organization. Starting from financial modules (GL-general ledger, AR, AP, AR), procurement (PO, INV) and human resource modules, this ERP covers all company needs.

Oracle ERP is presented in the next image.

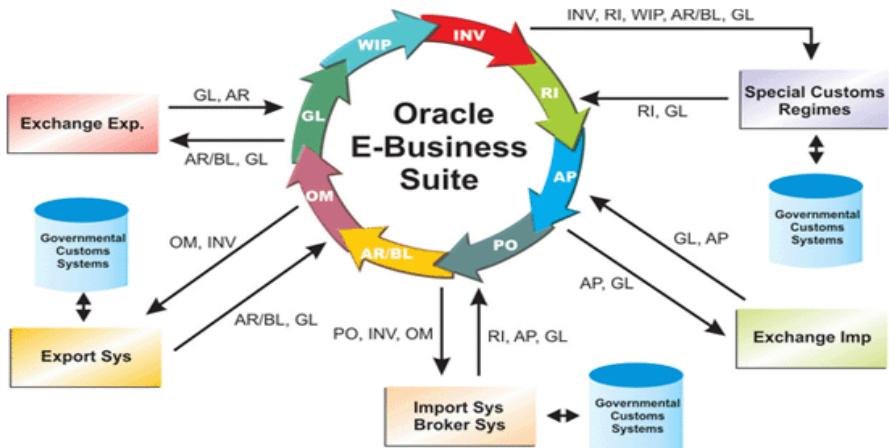


Fig. 1 Oracle ERP

The financial modules are :

- Oracle Payables (AP)
- Oracle Receivables (AR)
- Oracle Cash Management
- Oracle Assets (FA)
- Oracle General Ledger (GL)

So, the modules are interconnected in an ERP. For example, if we enter details about an invoice we have also information with the procurement modules about the contract. After entering data in AP and AR modules, we'll have the journals created in GL. There are also interconnection between human resource modules and AR and FA modules. For example, we can have employees from the company defined as receivables. So, we can take informations about them from HR modules.

In FA modules we are dealing with the fixed assets of the company. When entering an assets we have all the informations needed about it like cost, life in months, the category of fixed assets, the cost account, the register name and also the person who is allocated to. The assets are also alocated on persons from HR organizations. So, we can extract all the information needed about it and also we can find informations about fixed assets who are alocated on a specific person.

For example, if we enter some details in one module, all data will be visible in the others module, data is replicated. No duplicate data need to be inserted again in others modules, they come automatically.

For example, in AP module if we enter details regarding suppliers, we can create then invoice with this details, we'll transfer then the details to general ledger (GL). We have different taxes defined, different banks and banks' accounts so we are able to record all the payments that are done to the suppliers. We can check each moment how much money we have to pay at the suppliers, just by running a simple report from the application. Different situations like that can be easily extracted from the application. We have reports that remove debts to suppliers on accountancy accounts. All of these records are in line with the amounts registered in the general ledger. Payments to suppliers are recorded daily.

The screenshot shows a Windows-style application window titled "Cautare furnizori". The menu bar includes "Actiune", "Editeaza", "Raport", "Mergi", "Mapa", "Special", and "Ajutor". The main interface consists of several groups of input fields and dropdown menus. On the left, there are fields for "Nume furnizor", "Numar furnizor", "Cod fiscal", "Datele dezactivarii", "Tip furnizor", "Holding pt furnizor", "Prioritati de plata", "Nume de raportare", "Termene de plata", and "Grup de plata". On the right, there are fields for "Nr.inregistrare DGFP..", "Furnizor ocasional", "Nume angajat", "Numar holding", and a section labeled "De raportat" which includes "Federal", "Tip de taxa pe venit", and "Stat". At the bottom are three buttons: "Sterge", "Nou", and "Cauta".

Fig. 2 Suppliers Form (AP Module)

Same for receivables, we have customer details, transactions. We can then match the modules AR and AP for the ones that are also supplier and customer.

From Supply Chain Module an important part is Order Management. Order Management is the way that orders are processed. Starting from order entry, different flows of orders that are implemented, like back to back, drop ship or normal flow. Orders are entered in the order entry forum but they are integrated with Inventory module. So if the quantity is on hand the order will be created, will be shipped, delivered and then the invoice will be created, so the flow is going to financial module, receivables. From the inventory the quantity will be extracted.

If we don't have on hand another flow will be executed in order to deliver goods. It can be back to back or drop ship flow.

In the Order Management related modules, the user can create sales orders based on the customer details that were imported from Receivables module. The items that are inserted on the orders lines are also taken from PIM (Product Inventory Module). These items can be in stock or can be orders using different internally flows. Then after the order is fulfilled, and it is submitted, the details for creating the invoice for that order are sent back to Receivable module by running an internal program in order to create invoices. So the invoice are all the details from that sales order, like customer details, amount, tax type, tax amount, payment terms, the accounting account where it has to be registered to general ledger. Then the invoice is paid in the Receivables module. Once the invoice is created, the information is also sent back to order management with the invoice number.

From all the modules, the accounting details are transferred to GL, and at the end of the month, all financial results are created that help the company analyze the company's profit, company income.

At the end of each month, a series of declarations are filed out of the system, deposited on finance, pretended statements. Statement 394, 101. Some of them are automatically trashed. There are also a number of other statements that are submitted quarterly or annually, resulting immediately from the integrated system.

In each module there are a list of report that can help the user to extract some relevant information from the entered date. Also, there are some modules that uses BI (Business Intelligence) so from the data that is entered in the ERP modules there are extracted information that can be used from management to better work with the company needs, to be competitive on the marketplace. This business intelligence involves using advanced data mining techniques, which extract information from the existing data, it can also make some prediction based on the exiting data at some point in time.

The Difference Between ERP and Accounting Software

Recent years have brought a sea of change to business management software. While at the beginning businesses have long considered only accounting software a necessity, that mantle is increasingly taken by enterprise resource planning (ERP) software.

The difference between accounting software and an ERP software can be seen at the range of functionality traditionally that is offered by each. Accounting software deals with accounting transactions such as accounts receivables, accounts payables, fixed assets, cash flow, trial balances, payroll. There are also common modules bundled with accounting software which include billing, purchase order, sales orders, general ledger, timesheet, expense and electronic payment.

While there is some crossover with ERP functionality, the two are slightly different. ERP software is a resource management system, tracking tangible and intangible assets, materials, human resources, and financial resources. Financial resources may jump out at you, but note that ERP software covers a range of functionality not generally offered by accounting software, often factoring in intangibles like human work hours, product lifecycles, performance units, and customer relations.

Conclusions

ERP assimilation is defined as the effective application of information technology to enable business ERP support, modeling, business strategies and value chain activities. ERP requires effective implementation of strategic and operational objectives of the company once the system is normally used by the organization.

Taking in consideration that an ERP is an integrated application, it facilitates the users work and makes easier information extraction from data. Having an integrated application, helps the business needs. Instead of inserting data in more applications, more time consuming is better to enter in some applications and also transfer automatically infomations in another. For example, the user enters the infomations about invoices linked to contracts, having the contract details that were inserted in PO module of the ERP. So, infomations about invoices and payments that are done on an agreement can be easily extracted. The best companies realized that a good IT software implementation can help to be competitive on the market place.

REFERENCES

Beard, J. W., & Sumner, M., Seeking strategic advantage in the post-net era: Viewing ERP systems from the resource-based perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, 13, 129–150. 2004.

Genoulaz, V. B., & Millet, P. A., A classification for better use of ERP systems. *Computers in Industry*, 56, 573–587, 2005

Klaus, H., Rosemann, R., & Gable, G., What is ERP? *Information Systems Frontiers*, 2, 141–162, 2000

Kumar, V., Maheshwari, B., & Kumar, U., An investigation of critical management issues in ERP implementation: Empirical evidence from Canadian organizations. *Technovation*, 23, 793–807, 2003

Lengnick-Hall, C., Lengnick-Hall, M. L., & Helm, S. A. (2004). The role of social and intellectual capital in achieving competitive advantage through enterprise resource planning (ERP) systems. *Journal of Engineering and Technology Management*, 21, 307–330.

Light, B. and C. P. Holland (2000). *Enterprise Resource Planning Systems: Impacts and Future Directions. Systems Engineering for Business Process Change*. P. Henderson. London, Springer.

Mabert, V. A., Soni, A., & Venkataraman, M. A., Enterprise resource planning: Managing the implementation process. *European Journal of Operational Research*, 146, 302–314, 2003

Newell, S., Swan, J., & Galliers, R., A knowledge-focused perspective on the diffusion and adoption of complex information technologies: The BPR example. *Information Systems Journal*, 10, 239–259, 2000

Nicolaou, A. I., Quality of post implementation review for enterprise resource planning systems. *International Journal of Accounting Information Systems*, 5, 25–49, 2000.

Parr, A., & Shanks, G..A model of ERP project implementation. *Journal of Information Technology*, 15, 289–304, 2000

Rashid, M., Hossain, L., & Patrick, J. D. The evolution of ERP systems: A historical perspective. *Enterprise resource planning solutions and management* 35–50, Hershey: IRM Press, 2002

Robey, D., Ross, J. W., & Boudreau, M.C., Learning to implement enterprise systems: An exploratory study of the dialectics of change. *Journal of Management Information Systems*, 19, 17–46, 2000

Umble, E. J., Haft, R. R., & Umble, M. M. Enterprise resource planning: Implementation procedures and critical success factors. European Journal of Operational Research, 146, 241–257, 2003

Vătuiu T, Udrică M., Tarcă N., Cloud Computing Technology - optimal solution for efficient use of BI and ERP applications, JKMIT, Special Issue, December 2013

Vătuiu T., Iana T., Use of Business Intelligence in a competitive strategy development of companies, ICOBS Conference, Sakarya University, 13-14 may, Turkey, 2016.

Devletin Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Küreselleşme ve Siyasi Partiler

Dr. Dilşad TÜRKMENOĞLU KÖSE

SAÜ, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
dturkmenoglu@sakarya.edu.tr

Küreselleşme sürecinde ulus-devlete ilişkin tartışmalar meşruiyet krizinin yanı sıra devletin işleyişi, biçimini, yapılanması ve sorunları çözmedeki yeterliliği/yetersizliği üzerine de yoğunlaşmıştır. Bu yoğunlaşma küresel siyaset paralelinde devletin dönüşümünü temel sorun alanlarından biri haline getirmiştir. Tartışmaların bu yöne evrilmesine neden olan en önemli gelişmeler ise günümüzde bilişimim ve iletişimim çok hızlı sağlanması, küresel sermayenin serbest dolaşımı, küresel pazar şartları, küresel örgütlerin yaygınlaşması ve özel sektör-kamu sektörü ayrimından toplam kalite yönetimi ve etkinliğe ilişkin anlayışın yönetim kavramı çerçevesinde değişmeye başlaması olarak sıralanabilir. Bu kapsamda siyasi partilerin küreselleşme süreçlerinden kaynaklanan devletin yeniden yapılandırmasına ilişkin sorunlara bakışı son derece önemli görülmektedir. Küreselleşme eksenli olarak devletin yeniden yapılandırılması sorununa ilişkin çözüm yolu üretilmesi siyasi partilerin iktidara gelebilmeleri ve/veya iktidarda kalabilmeleri için son derece önemli gözükmeğtedir. Çalışma Türkiye'nin sağ siyaseti temsil eden, mecliste yer alan ve birçok açıdan benzer tabana sahip iki siyasi partisi üzerinden yapılmıştır. Böylece bu iki partinin küresel küreselleşme yaklaşımları çerçevesinde devletin yeniden yapılandırmasına ilişkin algıları ve siyasi partilerin tabanları ile olan uyum süreçlerinin birbirlerini yansıtıp yansımadıklarının görülmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamında karma yöntemin kullanıldığı bir çalışma yapılarak anket ve mülakat yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Çalışma sonucunda küreselleşme süreçleri ile uyumlu politikalar takip eden siyasi partilerin hem parti tabanları ile daha doğrusal politikalar takip ettikleri hem de genel siyasi süreç ve politikalarda daha başarılı oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Siyaset, Devletin Yeniden Yapılandırılması, Dönüşüm.

JEL Codes: O2/025

Globalization and Political Parties in the Restructuring of the State

In the process of globalization, the debates about the nation-state have focused on the legitimacy crisis as well as on the functioning, form, structure and sufficiency of the state to solve the problems. This concentration has made the transformation of the state one of the main problem areas in parallel with global politics. The most important developments that have led to the evolution of the debate in this direction are the fact that the understanding of total quality management and effectiveness in terms of information and communication very rapidly, free circulation of global capital, global market conditions, globalization of organizations and private sector and public sector is beginning to change within the concept of governance sortable. In this context, it is very important that the political parties look at the problems related to the restructuring of the state resulting from the globalization processes. The creation of a solution to the question of restructuring the state based on globalization seems to be crucial for the political parties to stay in power and / or stay in power. Labor representing the right-wing politics in Turkey, in the parliament and in many respects has a similar base is made out of two political parties. Thus, it was aimed to see whether these two parties 'perceptions of the restructuring of the state and the processes of alignment with the political parties' bases reflected each other within the framework of global globalization approaches. As a result of the study, it has been seen that the political parties following the policies that are in line with the globalization processes have succeeded both in pursuing more linear policies with party bases and in general political processes and politics.

Keywords: Globalization, Politics, State Restructuring, Transformation.

JEL Codes: O2/025

Giriş

Küreselleşme sürecine ilişkin tartışmalar arasında devletin işleyisi, gücü, biçimini, yapılması ve sorunları çözmedeki yeterliliği/yetersizliği gibi birçok farklı sorun yer almaktadır. Bu durum küresel siyaset paralelinde devletin dönüşümünü temel sorun alanlarından biri haline getirmiştir. Tartışmaları başlatan en önemli gelişmeler, günümüzde bilişimin ve iletişimin çok hızlı sağlanması, küresel sermayenin serbest dolaşımı, küresel pazar şartları, küresel örgütlerin yaygınlaşması ve

özel sektör-kamu sektörü ayrılmından toplam kalite yönetimi ve etkinliğe ilişkin anlayışın yönetişim kavramı çerçevesinde değişmeye başlaması olarak sıralanabilir.

Bu çerçevede ulus-devletin küçülmesi, deregülasyon, özelleştirme, siyasi reformlar, sosyo-ekonomik politikaların dönüşümü gibi stratejiler, ülkelerin temel politikaları haline gelmiştir. Bu süreçte ulus-devletin geleneksel politika araçları giderek zayıflamakta, dünyada hemen her alanda küresel entegrasyonun derinleşmesi ile siyasi iktidarın yetkilerinin küresel kurumlara ve yerelleşme eğiliminin güçlenmesi ile yerel yönetim organlarına doğru dağıtilması söz konusu olmaktadır (Köse, 2013). Böylece ulus-devletin yeniden yapılması da kaçınılmaz görülmekte, küresel ölçekte görülen yönetimsel sorunlara çözüm üretebilmek amacıyla, kamu yönetiminde daralmanın yanı sıra, kamunun yönetim anlayışındaki değişme, yönetimin demokratikleşmesi ve şeffaflaşma, dönemde öne çıkan başlıca eğilimler olarak belirtilemektedir.

1980 sonrası dönemde geçerli olan ulus-devlet anlayışı, serbest rekabete dayalı, devletin mümkün olduğu kadar az alana müdahale ettiği, neo-liberal devlet anlayışı olarak ele alınmaktadır. Bu anlayışa göre; devletin görevleri en genel haliyle, iç ve dış güvenliğin sağlanması ile adalet hizmetlerinin geliştirilmesi ile sınırlanırılabilmektedir. Devletin sınırlandırılılığında iktisadi ve sosyal etkinlikler özel girişime devredilirken bireyin yaratıcılığına vurgu yapılmaya başlanmıştır. Diğer bir ifadeyle dünya, yirmi birinci yüzyıla neo-liberal değerlerin yükselişte olduğu bir siyasi ve düşünsel ortamda girmiştir. Diğer birçok kurum gibi ulus-devletin de tanım ve içeriği değiştirmeye başlamış ve kurumsal anlamda devletin yapılanmasının hem dünya ölçüğünde ve hem de ülke sınırları içerisindeki yapı ve işlevleri yenilenmiştir. Bu bağlamda, ülke sınırları içinde kişilerin özel hayatına yoğun ve doğrudan müdahalede bulunan bir devlet yerine; kurumsal ve yasal altyapı düzenlemesi yapan bir devlet anlayışı ön plana çıkmıştır. Ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal alanlarda mutlak hâkim ulus-devlet anlayışı yerini ulus-üstü değer ve ilkelerle kayıtlı, sınırlı-egemen devlet anlayışına bırakmıştır.

Yeni küresel sistem, refah devletinin küçültülerek, var olan görev alanlarında daha etkin bir hal almasına dayanmaktadır. "Devletin küçültülmesi ile bürokratik iktidarlar çağının kapatılması, devlet eliyle kullanılan kamu gücünün topluma devredilmesi, karar verme ve uygulama gücünün seçilmiş ve/veya atanmışlar yerine hizmeti alanlar tarafından kullanılması hedeflenmiştir." Bu arada devletin piyasaya ilişkin görev ve yetkileri, serbest piyasa sisteminin önünü açmak, rekabeti güvence altına almak üzere düzenlemeler yapmak ve doğal olarak da

kamu huzur ve güvenini sağlamak şeklinde güncellenmiştir (Güler, 2005: 97). Bu anlamda 1980 sonrası küresel sistem; itici güçleri olan neo-liberal ideolojinin ve serbest piyasa ekonomisinin etkisi ile ulus-devletin, ekonomik alandan elinieteğini çeken, çekmesi de istenen bir görünüm sergilemektedir. Küreselleşme süreci çerçevesinde yeni dönemde; eski dönemlere nazaran farklı, fakat etkin bir devlet anlayışı benimsenmiştir (Ener ve Demircan, 2009).

“Ulusal kamu yönetimlerinin büyülüğünde, kapsamında, kullandığı kaynaklarda ve etkileme araçlarında daralma, yeni dönemin başlıca kamusal politikasını oluşturmaktadır. Bu daralma, “devletin küçültülmesi” ya da “kürek çeken değil, dümen tutan devlet” sloganları altında yürütülmekte ve çeşitli biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Bu politikanın en yaygın uygulamalarından birisi, çalışan sayısını azaltılması yoluyla kamu yönetiminin genişliğinin ortadan kaldırılmaya çalışılmasıdır. Bu kapsamında kamu görevlilerinin geleneksel statülerinde belirgin bir aşınma gözlenmekte, sürekli ve güvenceli memurlar yerine giderek sözleşmeli personel istihdamı ve performansa dayalı ücret uygulaması yaygınlaşmakta, özel kesimden kamu kesimine yönetici transferi özendirilmekte ve kamu kesiminde birçok görevler rekabete açılmaktadır” (Köse, 2013: 30).

Bir başka değişiklik alanı ise bazı kamu hizmetlerinin yürütülmesi sürecinin yönetsel açıdan özerk ve düzenleyici karar alma yetkisine sahip kuruluşlara aktarılmasıdır. Ayrıca hizmet sektörüne ilişkin alanlarda yetki devri yapılmakta ve finans, sigorta, radyo-televizyon gibi alanların düzenleyici karar verme yetkisi olan kurul ya da kuruluşları oluşturulması ile merkezi yönetim hukuki düzenlemelerle garanti altına alınarak sınırlandırılmaktadır⁶³. Bir yandan devletin rolü sınırlandırılmaya çalışılırken, diğer yandan devletin hizmet sunması beklenilen yeni hizmet alanları da ortaya çıkmaktadır. Eğitim, çevre, aids, tehlikeli atıklar, uyuşturucu alışkanlığı, yabancıların rekabeti gibi konularda (Tutum, 1994: 28-30; Köse, 2013: 31) devletin vizyon ve misyonunun yeniden ele alınması tüm ülkelerde gündeme gelen küresel sorunlar halini almıştır.

Uluslararası yetki alanları ve yeniden düzenlenmesi anlamında gelişmelerden etkilenen alanlardan biri de siyasi partiler olmuştur. Siyasi Partilerin bu süreçte politikalarını, programlarını ve partilileri olan ilişkilerini yeniden düzenlemeleri ve küresel değişim sürecine uygun yeni politikalar üretmeleri kaçınılmaz bir hal

63 Son değişikliklerle birlikte ilgili hukuki düzenlemelere ilişkin detaylı bilgi için bkz. Kemal Gözler, Gürsel, İdare Hukuku Dersleri **Kitabı** ve İdare Hukukuna Giriş Kitabı, Ekin Yayımları, Bursa, 2018.

almıştır. Bu kapsamda siyasi partilerin küreselleşme süreçlerinden kaynaklanan devletin yeniden yapılandırmasına ilişkin sorunlara bakışı son derece önemli görülmektedir. Çünkü küreselleşme eksenli olarak devletin yeniden yapılandırılması sorununa ilişkin çözüm yolu üretilmesi siyasi partilerin iktidara gelebilmeleri ve/veya iktidarda kalabilmeleri için son derece önemli gözükmemektedir. Çalışmaya ilişkin süreci daha görülebilir kilmak adına özette de yer aldığı üzere Ak Parti ve MHP örneklemleri üzerine yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla çalışmanın hipotezi; *Sağ siyasi partilerin programlarında yer alan ve lider söylemlerinde kendini gösteren küreselleşme politikaları, küresel siyasal sistemle uyumlu olduğu ölçüde ve büyük oranda parti tabanlarının görüşlerini yansittiği sürece siyasi partileri başarılı kılmaktadır.*” dir...

Çalışmanın hipotezinden yola çıkılarak giriş bölümünde küresel siyasal dönüşüm, Türkiye’de devletin ve sağ siyasi partileri süreçten etkilenmesi değerlendirmeye çalışılmıştır. İkinci ve üçüncü araştırma soruları olan “Ele alınan siyasi partilerin genel merkezlerinde, devletin yeniden yapılandırılması tartışmaları ve küreselleşme süreci nasıl algılanmaktadır?” ve “Küreselleşme ve devletin yeniden yapılandırılması süreci, ele alınan siyasi partilerin il/taşra teşkilatlanmalarında nasıl algılanmaktadır?” na ise aşağıdaki alt başlıklarda detaylı olarak verilecektir.

Araştırmancın Amacı, Evreni ve Örneklemi

Çalışma sağ siyasi partilerden küreselleşme konusunda siyasa oluşturanların, nasıl bir değerlendirmeye gittiklerini anlamak, sağ siyasal spektrumda mecliste bulunan partilerin ona yüklediği misyonu somutlaştırmak, doğrudan veya dolaylı yollardan küresel siyasi süreçle gelen sorunlara çözüm yolları üretetebilmek ve siyasi partilerin devlet yönetim alanlarında başarıları bakımından önemli görünmektedir. Çalışmada temel amaç, küresel siyasi sisteme açık ve genel hatlarıyla entegre olmuş bir ülkenin, devleti, siyasi partileri, siyasetçisi ve partilileriyle süreci nasıl algıladığı, nasıl bir tepki geliştirdiğini, ülke yönetim politikaları açısından nasıl politikalar izlediklerini ortaya koymak, bu durumun siyasi partilerin başarılarını ve tabanları ile olan ilişkilerini nasıl etkilediğini değerlendirmektir.

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de küreselleşme konusu son yıllarda pek çok akademisyen, entelektüel ve araştırmacının ilgisine mazhar olmuştur. Bu çalışma spesifik olarak, Türkiye’deki sağ siyaset tarafından bakıldığından küreselleşmenin nasıl algalandığını, nasıl yorumlandığını, küresel siyasal süreçlerin özellikle Türkiye’deki sağ siyasi partiler üzerine olan etkilerinin neler olduğunu

literatür taraması, yapılandırılmış mülakat analizleri ve de anket analizi yöntemlerini bir arada kullanarak değerlendirmeye çalışmıştır. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı bu çalışmada, veri edinim yöntemi olarak; anket ve yapılandırılmış mülakat çalışmaları bir arada uygulanmıştır.

Araştırmmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada elde edilen bulgular araştırmancın evreni ile sınırlıdır. Küreselleşmenin siyasi boyutu ve devlet yönetim alanına etkileri oldukça geniş bir konu başlığıdır. Bu konu başlığı dâhilinde olan çalışma, parti siyaseti üzerindeki etki ve algı ölçümlerine odaklanmıştır.

Çalışma ile ilgili bir diğer sınırlandırma ise yönteme ilişkindir. Bu çerçevede çalışma, ele alınan örnekleme ilişkin psikolojik değişkenler ve uygulanan ölçüm araçlarının güvenilirlik ve geçerliliği ile sınırlıdır. Ayrıca degeñilmesi gerekir ki, sosyal bilimler alanında yapılan çalışmaların tamamen deneysellîğe oturtulamamasından kaynaklanan sınırlılıklar bu çalışmada da bulunmaktadır.

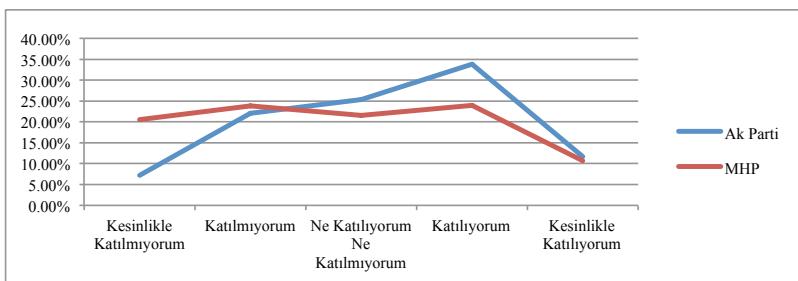
Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

Verilerin analizine ilişkin nicel ve nitel araştırmalarda sorulan sorulara verilen cevaplarda partililerin doğru ve samimi bir şekilde, parti disiplini, siyasal gündem gibi dış etkenlerden bağımsız cevaplar verdikleri varsayılmaktadır. Ayrıca araştırmada ede edilen anket cevaplarının veri analizinde kullanılan istatistiksel tekniklere bakıldığından araştırmada toplanan anket cevapları “SPSS for Windows 20.0 (IBM)” programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Bütün soru grupları için KMO (Kaiser- Meyer- Olkin) değeri, 0,78 olarak bulunmuştur.

Küreselleşme Sürecinde Siyasi Partilerde Devletin Yeniden Yapılandırılması Tartışmaları

Küreselleşme sürecinde siyasi partilerde devletin yeniden yapılandırılması konusuna ilişkin olarak yapılan alan araştırmasının verileri incelendiğinde her iki partinin de mensuplarının parti politikalarını yansittıkları görülmektedir. Bu doğrultuda aşağıda yer alan ifade örneklerinden şekil 1’ee bakıldığında, partilerin ayrı ayrı aritmetik ortalamaları ve standart sapmalarını değerlendirdiğimizde, Ak Partili parti üyelerinin küreselleşmenin küresel bir kültürü beraberinde getirmesi ve bu durumun Türkiye için olumlu bir gelişme olması yönündeki ifadeye kat-

lım düzeyleri 3,21 düzeyinde olumlu puan aralığında ve dolayısıyla orta düzey katılımayı temsil etmektedir. MHP'li parti üyelerinin ise 2,81'lik bir ortalamaya ifadeye alt düzeyde katıldıkları ve dolayısıyla ifadeye katılma oranlarının Ak Parti'ye oranla daha düşük olduğu görülmektedir. İfadelerdeki değişkenlerden yola çıkarak, verilen cevapların farklılık durumu değerlendirildiğinde Ak Parti'nin 1,129'luk bir standart sapmaya sahip olduğu, MHP'nin ise 1, 299'luk bir standart sapmaya sahip olduğu görülmektedir.



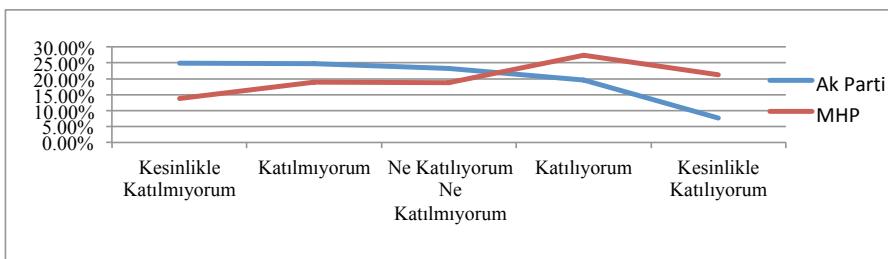
Şekil:1 Zamanla Dünyadaki Tüm Sınırların Kalkması ve Küresel Bir Kültürü Oluşması, Türkiye İçin Olumlu Bir Gelişmedir.

Dolayısıyla ilgili ifadeye ilişkin her iki partinin de kendi içlerinde tutarlı bir homojenlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Ancak bu ifade de küreselleşmeye yönelik pozitif bir tutumun söz konusu olması, Ak Parti mensuplarının katılma oranlarının MHP'lilere göre nispeten daha fazla olması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Katılma düzeylerine ilişkin olarak dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise her iki partinin de ifadeye “kesinlikle katılma” noktasındaki yüzdelik dağılımlarının neredeyse aynı olmasıdır. “Zamanla dünyadaki tüm sınırların kalkması ve küresel bir kültürün oluşması, Türkiye için olumlu bir gelişmedir” ifadesine ilişkin katılma düzeyini daha iyi anlamlandırmak adına küresel kültürün Türkiye'nin kültürel yapısını olumsuz etkilemesine ilişkin 25 nolu ifade ile birlikte değerlendirildiğinde, çapraz nitelikteki iki ifadenin özellikle Ak Parti'li katılımcılarda aynı yaklaşımla net bir karşılık bulmadığı görülmüştür. Hemen hemen aynı sonucu veren her iki ifadeye yaklaşımındaki bu farklılık, “sınırların kalkması ve küresel bir kültürün oluşması” gibi kavramların parti değişkenlerine göre siyasi eğilim dağılımlarını dikkate alarak değerlendirdiğimizde, milliyetçi-muhafazakâr ve muhafazakâr tabanın “kesinlikle katılıyorum” düzeylerinin düşmesine sebep

olduğu söylenebilir. Kısacası her ne kadar küreselleşmeye ilişkin politikalara ilmlî bakılıyor olsa da kültür, ulusal sınırlar gibi muhafazası geleneklerden, dinden ve tarihsel perspektiften gelen değerler konusunda milliyetçi-muhafazakâr hassasiyetlerin harekete geçtiği görülmektedir.

Siyasi Parti Teşkilatlarında Devletin Yeniden Yapılanması Tartışmalarına Bakış

Küreselleşme demek batının ekonomik egemenliği altına girmektir! İfadesi için Ak Partililerin %27 si katılım gösterirken, MHP'li katılımcılar biraz daha devleti önceleyerek

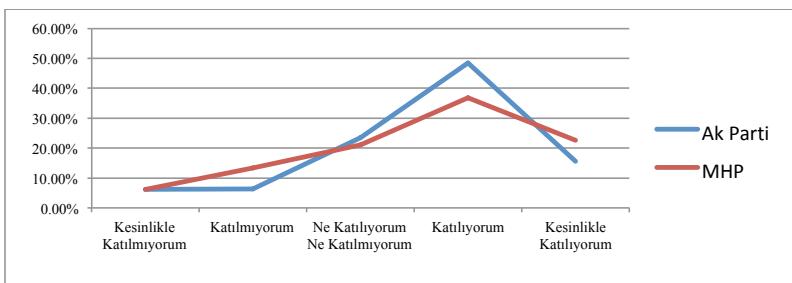


Şekil:2 için ifade: Küreselleşme Demek Batının Ekonomik Egemenliği Altına Girmek Demektir.

%43 oranında katılım göstermiştir. Bu urum aynı zamanda MHP'li katılımcıların küreselleşmeye şüphe ile yaklaşlığını göstermektedir. Ayrıca şekil 1'i dikkate alarak partiler bazında aritmetik ortalamaları ve standart sapmalarını değerlendirdiğimizde ise Ak Partili parti üyelerinin “küreselleşme demek, batının ekonomik egemenliği altına girmek demektir” ifadesine katılım düzeylerinin 3,37'lük bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. MHP'li parti mensuplarının ise 2,93'lük bir ortalamaya sahip olduğunu görülmektedir. İfadeye ilişkin verilen cevapların farklılık durumu değerlendirildiğinde Ak Parti'nin 1,028'lük bir standart sapmaya sahip olduğu, MHP'nin ise 1,174'lük bir standart sapmaya sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ifadeye ilişkin olarak her iki partinin de birbirlerine yakın oranlarda homojenlik gösterdiğini söylemek mümkündür.

Farklı bir değerlendirme içeren “küresel siyasal hakimiyete karşı siyasal kurumlarımızı güçlendirmeliyiz” ifadesine baktığımızda, şekil 3 de yer alan da-

ğılım yakınlıklarını dikkat çekmektedir. Şekil 3'ü dikkate alarak partilerin ayrı ayrı aritmetik ortalamalarını ve standart sapmalarını değerlendirdiğimizde, Ak Partili parti üyelerinin küresel siyasi hakimiyete karşı siyasi kurumların güçlendirilmesi gerekliliğine ilişkin olarak, katılım düzeyleri, 3,61 düzeyinde olumlu puan aralığında ve dolayısıyla orta düzey katılımayı temsil etmektedir. MHP'li parti üyelerinin ise Ak Parti'nin puan aralığına oldukça yakın şekilde 3,56 puan aralığında olup, dolayısıyla da orta düzey katılımayı temsil etmektedir. İfadelerdeki değişkenler göz önüne alınarak verilen cevapların farklılık durumu değerlendirildiğinde Ak Parti'nin 1,028'lik bir standart sapmaya sahip olduğu, MHP'nin ise 1,154'lük bir standart sapmaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile hem katılım düzeylerine yönelik tercihler hem de katılma oranları birbirlerine yakın bir değerlere sahiptir.



Şekil 3: Küresel Siyasal Hâkimiyete Karşı Siyasi Kurumlarını Güçlendirmeliyiz.

Sonuç olarak, “küresel siyasal hâkimiyete karşı siyasi kurumlarını güçlendirmeliyiz” ifadesine yönelik anova testine paralel şekilde aritmetik ortalama ve standart oranlarının da anlamlı bir farklılık göstermemesinin nedenini, tehdide dayalı Türk siyasi sisteminin bir uzantısı olarak görmek mümkündür. Ülkeyi, devleti ve/veya milleti dış faktörlere/ötekine karşı koruma ve güçlendirme algısının bu ifadeye verilen yanıtları nispeten homojen kıldığı söylenebilir. Nitekim parti değişkenlerine göre siyasi eğilim dağılımları bu ifade ile birlikte dikkate alındığında Ak Parti içerisinde kendisini milliyetçi ve milliyetçi-muhafazakâr olarak tanımlayan yaklaşık %35'lik bir bir kesimin bu ifadeye verebileceği refleks nitelikli yanıtlar ifadeyi katılım düzeylerini beklenmedik şekilde değiştirebilmektedir. Böylece kendisini muhafazakâr-demokrat ve küresel siyasetle uyumlu politikalar

takip eden bir parti olarak tanımlayan Ak Parti yönetimine rağmen, dış tehdit algısına dayalı, parti tabanında var olan milliyetçi eğilimler ortaya çıkmaktadır.

Sonuç:

Çalışmanın başından itibaren küreselleşme sürecinde ulus-devlete ilişkin tartışmalara yer verilmiş ve meisruyet krizinin yanı sıra devletin işleyishi, biçimini, yapılanması ve sorunları çözmedeki yeterliliği/yetersizliği üzerine yoğunlaşılmaya çalışılmıştır. Bu yoğunlaşma küresel siyaset paralelinde devletin dönüşümünü temel sorun alanlarından biri haline getirmiştir. Bu kapsamda siyasi partilerin küreselleşme süreçlerinden kaynaklanan devletin yeniden yapılandırılmasına ilişkin sorunlara bakışı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çünkü küreselleşme eksenleri olarak devletin yeniden yapılandırılması sorununa ilişkin çözüm yolu üretilmesi siyasi partilerin iktidara gelebilmeleri ve/veya iktidarda kalabilmeleri için son derece önemli gözükmeftedir. Bu kapsamda Ak Parti ve MHP örnekleri çerçevesinde parti tabanlarına yapılmış olan anket ve partilerin yönetim kadrolarına yapılmış olan mülakat çalışmalarının birlikte değerlendirilmesi her iki grubun “küreselleşme yaklaşımları”, “küresel sorunların etkilerine bakış” değerlendirilmiştir.

Ak Parti'den ankete katılan üyelerin küresel sorunların etkilerine ilişkin verdikleri yanıtlarının, parti politikaları, lider söylemleri ve mülakata katılan parti yöneticilerinin görüşleri ile hemen hemen aynı doğrultuda olduğunu söylemek mümkündür. Küresel sorunlar kapsamında ankete katılan parti üyelerinin ve mülakata katılan yönetim kadrosunun; küreselleşme ile dünyada ve Türkiye'de insan hakları standardının yükselmesine, küresel ekonomik ilişkilerinin artmasının Türkiye ekonomisini olumlu yönde etkilemesine, küreselleşmenin etkisi ile hem dünyada hem de Türkiye'de zamanla çevre sorunlarının ortadan kaldıracağına, küreselleşme ile ulus-devlet yapılanmalarının pozitif yönde yeniden yapılmakta olduğuna ve küreselleşme ile bireyin kendisini ait hissettiği kimlikte tanımlamasına ilişkin ifadelere aynı doğrultuda ve pozitif yönde katılmalarının gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum, Ak Parti mensuplarının genel parti politikaları ile uyumlu bir şekilde ve küreselleşme taraftarı yaklaşımları çerçevesinde, küreselleşme ile gelen sorun alanlarının çözümünün yine küresel arenada gerçekleşeceğine ve küreselleşme ile gelen kimi zaman yaptırım ya da dayatma gibi algılanan durumların, çoğu zaman hayat standardını yükseltme kapsamında Türkiye'yi olumlu yönde şekillendirdiği düşüncelerine dayanırlabilir. Ancak küresel ekonomik ilişkilerinin artmasının Türkiye ekonomisini olumlu yönde

etkilemesi, küreselleşmenin dünyada ve Türkiye'de yoksulluğu attırdığı, küreselleşmenin etkisi ile hem dünyada hem de Türkiye'de zamanla çevre sorunlarının ortadan kalkacağı yönündeki çapraz sorularla test edilmiş ifadeler de, "kesinlikle katılma" düzeyindeki görülen orantısal düşüşler, Ak Parti tabanını MHP tabanı ile nispeten yakınaştırmıştır.

Türkiye'de yaşanan terör olaylarında küresel siyasetin etkisinin olması ve küresel siyasal aktörlerin hâkimiyetinin terörü de küreselleştirdiği yönündeki ifadelere katılımın fazlalığı ortak tehdit algılaması karşısında küreselleşme taraftarı bir yaklaşım sergilenemediğini ortaya koymaktadır. Her ne kadar küreselleşme ve terör etkileşimine ilişkin ifadelere katılım MHP'li üyelerin katılımlarına göre biraz daha düşük oranda görünse de, Ak Partili üyelerin diğer küreselleşme ifadelerine katılımlarının orantısallığı ile kıyaslandığında terör konusunda biraz daha farklı bir tehdit algayışının olduğu dikkati çekmektedir. Bu durum yukarıda ifade ettiğimiz gibi Ak Parti içerisinde farklı sağ siyasi eğilimlerin varolması ile açıklanabilmektedir.

MHP'den ankete katılan üyelerin küresel sorunların etkilerine ilişkin verdikleri yanıtlar, parti politikaları, lider söylemleri ve mülakata katılan parti yöneticilerinin görüşleri ile birkaç noktada birden farklılık göstermekle birlikte hemen hemen aynı niteliktedir. Bu çerçeve de MHP'li katılımcıların Ak Partili katılımcıların tam tersine küresel sorumlara dair Türkiye ekonomisinin küreselleşmeden olumsuz yönde etkilendiği, küresel ekonomik ilişkilerin gelişmesinin dünyada ve Türkiye'de yoksulluğu artırdığı, küresel çevre sorunlarının Türkiye'yi olumsuz yönde etkilediği, Türkiye'de yaşanan terör olayların da terörün küreselleşmesinin etkisinin olduğu gibi olumsuz ifadelere katılım oranları fazla olmuştur.

Ayrıca MHP'li katılımcıların parti yönetim kadrosunun aksine küreselleşmenin ulus-devletin uluslararası arenadaki konumlarını olumlu yönde yeniden yapılandırdığı yönündeki ifadeye katılım oranlarının düşük olduğu görülmektedir. Nitekim MHP'den mülakatlara katılan yönetici kadro, küreselleşmenin ulus-devletin konumu yeniden yapılandırdığı yönünde ifadelerle ulus-devlete ilişkin dönüşümcü bir yaklaşım ortaya koymaktadırlar.

KAYNAKÇA

GÖZLER, Kemal (2018), **İdare Hukuku Dersleri Kitabı ve İdare Hukukuna Giriş Kitabı**, Ekin Yayıncıları, Bursa, 2018.

GÜLER, Birgül. A. (2005), **Yeni Sağ ve Devletin Değişimi: Yapısal Uyarlama Politikaları 1980-1995**, 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.

ENER M. ve Demircan E. (2009), “Küreselleşme Sürecinde Değişen Devlet Anlayışından Kamu Hizmetlerinin Dönüşümüne: Sağlık Hizmetlerinde Piyasa Mekanizmaları” <http://iibf.sdu.edu.tr/dergi/files/2008-1-3.pdf>.

KÖSE Ömer, “Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü”, **Sayıstay Dergisi**, Sayı: 49, ss:1-44, <http://dergi.sayistay.gov.tr/icerik/der49m1.pdf>, son ulaşım tarihi: 17.08.2013.

TUTUM, Cahit (1994), **Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma**, TESAV Yayıncıları, Ankara.

EKONOMIDE İTİCİ BİR GÜC OLARAK E-TİCARET

Doç. Dr. Sema AY

Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü

Doç. Dr. Hilal YILDIRIR KESER

Bursa Teknik Üniversitesi, İTBF, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü

Öğr. Gör. Muhammed Fatih AYDEMİR

Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü

ÖZET

Ekonomik olarak çok boyutlu bir dönüşüm sürecine yol açan bilimsel ve teknolojik gelişmeler günlük yaşamın her alanında bilgisayar kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Böylece uluslararası ticarette elektronik ticaret (e-ticaret) stratejik bir önem kazanmış işletmelerin, ülkelerin, bölgesel ve uluslararası kuruluşların gündeminde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Örgütsel ve bireysel seviyede tüm ticari faaliyetlerle ilgili işlemleri kapsayan e-ticaret, bu alanda üretilmiş, işlenmiş ve aktarılmış tüm sayısal veriler, metinler, sesler ve görsel imajların işlenmesi ve aktarılmasına dayanmaktadır. Hal böyle olunca e-ticaretin, tüketicinin korunması, rekabet, finans ve ödeme sistemleri, vergilendirme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet hakları, güvenlik, yasal düzenlemeler, uyuşmazlıkların sona erdirilmesi v.b. konularla da ilgisi bulunmaktadır. Çalışmada, Türkiye e-ticaret sektörünün ekonomideki yerini tespit etmek, e-ticaretin geliştirilmesi için yapılması gerekenleri belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çalışma üç bölümünden oluşmaktadır. İlk olarak, dünyada ve Türkiye'de e-ticaretin gelişme süreci ve mevcut durumu aktarılmakta ikinci olarak, e-ticaretin ekonomideki önemine yer verilmektedir. Üçüncü olarak, Türkiye'de e-ticaretin gelişimini destekleyecek gerekli düzenlemeler üzerinde durulmaktadır.

1.GİRİŞ

Ekonomik olarak çok boyutlu bir dönüşüm sürecine yol açan bilimsel ve teknolojik gelişmeler günlük yaşamın her alanında bilgisayar kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Böylece uluslararası ticarette elektronik ticaret (e-ticaret) stratejik bir önem kazanmış işletmelerin, ülkelerin, bölgesel ve uluslararası kuruluşların

gündeminde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Elektronik ticaretin ekonomik ve toplumsal hayatı giderek kendisine daha fazla yer edinmesine bağlı olarak işletmeler, tüm tüketicilere ve diğer işletmelere daha ucuz ve kolay bir şekilde ulaşma olanağı elde etmiş zamanı etkin kullanmaya başlamışlardır. Elektronik ortamda üretim, pazarlama ve dağıtım faaliyetlerinin maliyetleri düşürmesi nedeniyle e-ticaret, işletmelere ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü sağlamıştır.

Gerek ulusal ve gerekse uluslararası rekabette üstünlük yakalabilmek için Türkiye e-ticaret sektörünün ekonomideki yerini tespit etmek, e-ticaretin geliştirilmesi için yapılması gerekenleri belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Öncelikli olarak, e-ticaretin kapsamı ve uygulama türlerinden bahsedilmektedir. İkinci olarak, dünyada ve Türkiye'de e-ticaretin gelişme süreci ve mevcut durumu aktarılmaktadır. Çalışma, Türkiye'de e-ticaretin geliştirilmesi için gerekli görülen düzenlemelerin ve uygulamaların tartışıldığı üçüncü bölümle son bulmaktadır.

2. E-TİCARET: TANIM ve UYGULAMA TÜRLERİ

E-ticaret (Elektronik Ticaret) ile ilgili birçok kaynakta farklı ülkelerin kuruluşları ile uluslararası organizasyonlar tarafından yapılan tanıma rastlanmaktadır. Bu tanımlara göre e-ticaret ile ilgili en genel tanım, "elektronik ortamda ticari iş, işlem ve fiillerde bulunmak" şeklinde ifade edilmektedir. E-ticaret, fiziksel iletişim olmaksızın örgütsel ve bireysel seviyede tüm ticari faaliyetlerle ilgili işlemler kapsar ve bu alanda üretilmiş, işlenmiş ve aktarılmış tüm sayısal veriler, sesler, metinler ve görsel imajların işlenmesi ile aktarılmasına dayanmaktadır. Bu noktada e-ticaretin tüketicinin korunması, rekabet, finans ve ödeme sistemleri, vergilendirme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet hakları, güvenlik, yasal düzenlemeler, uyuşmazlıkların sona erdirilmesi v.b. konularla da ilgisi bulunmaktadır (Kantarcı, vd., 2017).

Üç farklı e-ticaret türü vardır. İşletmeden İşletmeye yapılan e-ticaret B2B (Business to Business), tedarikçiler ve iş ortakları arasında süregelen uzun ve karmaşık iş süreçlerini internet üzerinden gerçekleştirmeye yarayan bir yöntemdir. B2B türü e-ticarette, alım satımıda yer alan tüm firmalar internet üzerinden direkt olarak birbiri ile temas halinde olduklarından telefon, fax toplantı gibi zaman alıcı unsurlar ortadan kaldırılmakta ve bunların maliyetleri de bertaraf edilmektedir. İkinci e-ticaret türü olan İşletmeden Tüketicisiye yapılan e-ticaret yani B2C (Business to Consumer), ürünleri müşterilere aracısız, hızlı ve düşük

maliyetle sunmaya yarar. Müşterilere ürünler hakkında bilgi verme ve müşterilerin de ücretsiz bir şekilde karşılaştırma yapma imkanı sağladığı için oldukça hızlı bir yöntemdir. Tüketiciden Tüketiceye C2C (Consumer to Consumer), **üçüncü e-ticaret türüdür**. Tüketicilerin kendi aralarında genellikle kullanılmış mallar sattıkları bir e-ticaret pazarıdır (Canpolat, 2001).

Ayrıca e-ticaretin kullanıldığı farkı uygulama alanları vardır. Sıklıkla karşılaşlan e-ticaret uygulama alanları aşağıdaki gibi belirtilenlerdir (Hoşcan ve Şahin, 2005; Sezgin, 2013):

Sanal Satış Mağazaları: Satıcıların daha çok üyelikler yoluyla, müşteriyi satış personeliymiş gibi ürünlerin stok durumu ve bir çok bilgisini görmesini sağlayarak satış yapılmasıdır. Bu uygulama ile, ticari üyelikler ve sanal bayilikler verilerek ticari faaliyetler güçlendirilmekte, iş ortaklıkları genişlemektedir.

E-Ticaret Müşavirlik Hizmetleri: E-ticaret ile ilgili uygulamalarda dikkat edilecek noktaları önceliğe alan bilgilendirme faaliyetleridir. Sunulan hizmetler ücretli veya ücretsiz olabilmektedir.

Sanal Görüşme Hizmetleri: internet üzerinden görüntülü, yazılı veya sesli iletişim sağlayan programların kullanıldığı uygulamalardır. Bu şekilde satıcı - müşteri diyalogu hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.

Finansal Hizmetler: Banka ve diğer finans kurumları, son dönemlerde gelişen teknoloji ile elektronik ortamda 7/24 saat hizmet vererek mesai saati engelini ortadan kaldırılmıştır. Bu uygulama, e-ticarete ödemenin hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesinde son derece önemlidir.

Elektronik Rezervasyon Hizmetleri: Internet aracılığı ile erişilen bu sistem sayesinde seyahat, tiyatro ve konser biletlerinin, istenen yerin de tespit edilmesi sureti ile bizzat kullanıcı tarafından ayırtılması mümkün hale gelmiştir.

Web TV ve İsteğe Bağlı Video İmkanı: Bu uygulama ile televizyon aracılığı ile internet'e bağlanmak veya seçmek suretiyle istenilen görsel veya işitsel eserlerin televizyonda izlenmesi mümkün olabilmektedir.

Çok çeşitli uygulama alanları olan e-ticaret yapılrken ödemede kullanılan araçlar da çeşitlidir. Türkiye'de en çok kullanılan araç kredi kartıdır. Ancak özellikle e-ticaretin daha yaygın olduğu ülkelerde giderek daha fazla elektronik para ve elektronik çek kullanıldığı görülmektedir. Elektronik çek sisteminde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının elektronik ticaret sitesine girilmesi yoluyla yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur. Bankadaki sistemler yapılan transferleri her gün temizleyerek bahsedilen hesapta alışverişin tamamlanması için gerekli şartların yeterli olup olmadığını kontrol ederler ve bu durumdan elektronik ticaret sitesini şifreli kanallarla haberdar ederler.

Elektronik para ve elektronik çek sistemi, kredi kartına göre daha güvenli ve kullanılması kolay bir sistem olduğu tercih edilmektedir. Fakat Türkiye'de bu araçların kullanılması için finansal alanda hem yasal hem de teknik alt yapı eksikliği nedeniyle henüz elektronik çek sistemine geçilmemiştir. Bu itibarla Türkiye'de en çok ödeme için kredi kartı kullanılmaktadır.

3. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE E-TİCARET UYGULAMALARI

Birçok uluslararası kurum ve kuruluş, son yıllarda yaşanan gelişmeler sonucunda e-ticaret ile ilgili konuları gündemine alarak e-ticaret yoluyla ticarette etkinlik ve rekabet üstünlüğü sağlamayı amaçlamaktadır. Bu kurum ve kuruluşların başında Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization-WTO), Birleşmiş Milletler (UN), İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ile Avrupa Birliği (AB) gelmektedir.

3.1. DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ (DTÖ)

Dünya Ticaret Örgütü, dış ticaretle ilgili genel Kabul görmüş kuralların belirlenmesini sağlayan, ticaretle ilgili ulusal yasalarının düzenli olarak gözden geçirilmesini amaçlayan ve üye ülkeler arasında dış ticaret anlaşmazlıklarının çözümü için mekanizma oluşturan tüzel kişiliğe sahip uluslararası bir örgütür. DTÖ Anlaşması, tüm haberleşme altyapısını internetin gelişimi için önemli bir ölçüt olarak değerlendirmektedir. Dünya Ticaret Örgütü'nün Hizmetler Ticareti Genel Anlaşması (GATS), e- ticaret altyapısının en önemli bileşeni olan bilgi ve iletişim teknolojilerinde serbestleşmeyi desteklemektedir. Ayrıca DTÖ'nün Fikri Mülkiyet Hakları ile ilgili anlaşması da e-ticaret ile ilgili olarak fikri (entellektüel) mülkiyetin korunmasını amaçlamaktadır.

3.2. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER

Birleşmiş Milletler tarafından telekomünikasyon altyapısı ve bilgi teknolojilerinin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kullanılması ve yaygınlaştırılması için çok sayıda çalışma yürütülmektedir. Bu çalışmaları, BM bünyesinde yeralan kuruluşlar yürütmektedir. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL), Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE), Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) bu kuruluşlardan bazlıdır.

UNCTAD tarafından desteklenen, “Küresel Ticaret Noktaları Ağrı (GTPNet)” KOBİ'lere e-ticaret ile ilgili birçok olanak sunmaktadır. KOBİ'ler bu uygulama ile ihtiyaç duydukları her türlü bilgiye kolayca ulaşabilmekte ve kendi ürünlerini tanıtarak küresel pazarlara erişme ve elektronik ticaret yapma imkanı sağlamaktadırlar.

Elektronik Ticaret Model Yasası ve Elektronik İmza Yeknesak Kuralları BM Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu'nun elektronik ticaret alanında yaptığı iki önemli çalışma bulunmaktadır. Bunlar, birçok ülkenin düzenlemelerine temel oluşturan “Elektronik Ticaret Model Yasası” ile UNCITRAL'in Elektronik Ticaret Model Kanunu ile Elektronik İmza Yeknesak Kurallarıdır. Söz konusu çalışmalar, içerik itibarıyle, milli mevzuatlarını oluşturma aşamasında bulunan ülkeler açısından yararlanılacak bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Birleşmiş Milletler'e bağlı diğer bir kuruluş olan ITC, ticarette etkinlik programı çerçevesinde işletmelere ürünler, hizmetler ve pazarla ilgili bilgi akışını sağlayarak ticareti destekleyici teknik danışmanlık hizmeti sunmaktadır. (www.e-ticaretmerkezi.net). E-Ticarette en önemli çalışmalarдан biri ITC'nin Trade Map Uygulamasıdır. Trade Map, firmaların uluslararası pazarlama stratejilerini, somut veriler üzerinden belirlemesine imkan vermektedir. Trade Map uygulamasının kullandığı veritabanında bulunan dış ticaret istatistiklerinin önemli kısmı COMTRADE veritabanından elde edilmektedir. COMTRADE, dünyadaki ticaret işlemlerinin yaklaşık %90'ını ve 160 ülkenin istatistiklerini içermektedir. Trade Map uygulaması ülke gümrüklerinden elde edilen verilerin ve ayrıca yansıtılmış verilerin de kullanımıyla yaklaşık 220 ülkenin verisini sunabilir durumdadır.

3.3. İKTİSADI İŞBİRLİĞİ VE KALKINMA TEŞKİLATI (OECD)

OECD, güncel konularda işbirliği yapmak suretiyle küresel politikalar üretilmesi amacıyla kurulmuş bir uluslararası kuruluştur. OECD, e-ticareti ile ilgili

çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmaların temelleri 1990'lı yıllarda başlamıştır. 1990 yılında kişisel verilerin korunması ile ilgili temel ilkelerin belirlenmesi, 1995'de KOBİ'lerin uluslararası ticaretteki rekabet güçlerini artırmak amacıyla açık ve erişilebilir bilgi değişimi için küresel elektronik ortamın yaratılmasına yönelik olarak çalışma gruplarının oluşturulması, 1996 yılında küresel enformasyon altyapısına ilişkin yapılan çalışmalar, 1997 yılında tüketicinin e-ticaret kapsamında korunması üzerine çalışma raporlarının hazırlanması bu çalışmalara örnek olarak verilebilir. 90'lı yıllarda başlatılan bu çalışmalar, sürekli geliştirilerek günümüz koşullarına uyaranmaktadır.

3.4. AVRUPA BİRLİĞİ (AB)

AB, 1980 yılından beri e-ticaret konusunda yoğun çalışmalar yürütülmektedir. Avrupa düzeyinde bilgi ağı sistemi kurmaya çalışan AB, 1994 yılında resmi bir "Elektronik Ticaret Girişimi" başlatmış, 1997 yılında Komisyon'un hazırladığı haberleşme dokümanı ile AB'nin temel hedefinin e-ticaretin Avrupa'da hızlı bir şekilde gelişimini sağlamak olduğunu ifade etmiştir. AB, e-ticaretle ilgili birbirini tamamlayıcı iki hedef belirlemiştir. Bunlar, elektronik ticarete güveni oluşturmak ve tek pazara tam girişi sağlamaktır.

AB, ayrıca Avrupa-Ağ bilgi kapasitesini geliştirmeye yönelik, Ar-Ge'ye ağırlık veren programlar düzenlemekte, bu kapsamında Elektronik Veri Değişimi sistemlerine de destek vermektedir.

AB, e-ticarette temel amacını, sayısal imza, şifreleme, enformasyon alt yapısı, hukuksal ve finansal konuların ve ticaretin dünya ölçüğünde gelişmesini sağlayacak ölçüde düzenlenmesi olarak belirlemiştir. Bununla birlikte, AB'de, bilgi toplumunu teşvik edecek bir çok politika tedbirleri alınmıştır. Bunlar; telekomünikasyonun liberalleşmesini artırmak, eticaret konusunda açık bir yasal çerçeve oluşturmak (kişisel bilgilerin korunması, tevkik etme, gizlilik, v.b.), önemli alanlarda araştırma ve geliştirme faaliyetlerini desteklemek şeklinde belirtilebilir.

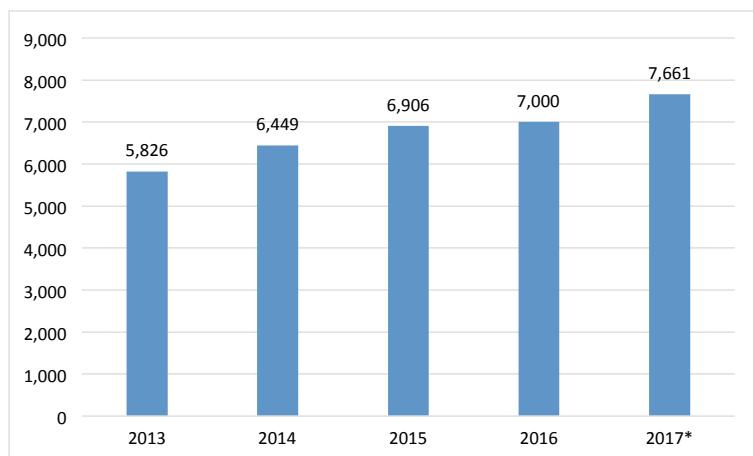
AB, e-ticaretin gelişimini özellikle KOBİ'ler için hızlandırmayı amaçlamaktadır. Bu şekilde, KOBİ'lerin bütün Avrupa genelinde ve hatta dünya genelinde faaliyet gösterebileceklerdir. Bu amaç doğrultusunda mevzuat düzenlemeleri yapmaktadır. Bu çalışmalar, yasal güvenliği sağlamayı, sınırlararası hizmetlerin önündeki engelleri kaldırmayı, on-line yenilikleri ve tüketici güvenini desteklemeyi amaçlamaktadır.

4. E-TİCARETİN EKONOMİYE ETKİSİ

Türkiye'nin ekonomik kalkınmasını sağlaması, toplumsal refahını artırması ve her geçen gün daha rekabetçi bir hal alan dünyada yerini alabilmesi için, bilim ve teknoloji üretebilen ve bunu endüstriye uygulayabilen bir yeteneğe sahip olması zorunlu hale gelmiştir. E-ticaret, bilim ve teknoloji yeteneğini geliştirmenin bir aracı olarak görülmekte ve buna uygun politikalar belirlenmekteidir. Bu şekilde e-ticaret sektörü, dünyada ticaret anlayışını yeniden şekillendirmektedir. (Sezgin, 2013).

E-ticaretin hızlı büyümeye trendinin yakın gelecekte de devam edeceğini beklenmektedir. Çünkü e-ticaretin, toplum ve ekonomiye de birçok faydası bulunmaktadır. En büyük faydalardan biri e-ticaret taraf olan herkes için maliyet ve zaman tasarrufu sağlamasıdır. Bu durum, verimliliği ve rekabet gücünü artırarak işletmelerin büyümeyesine katkı sağlamaktadır. Ürünlerin yurtdışı tanıtımının da kolay, hızlı ve düşük maliyetle yapılmasından dolayı şirketlerin ihraç potansiyellerini artırmaktadır. Aynı zamanda ekonomide kayıt dışlığı da azaltmakta, lojistik, bilgi işlem teknolojileri gibi etkileşimde bulunduğu ve hizmet aldığı sektörleri geliştirmektedir (Çetinkaya, 2016). Gerek işletme ve tüketiciler, gerekse de hükümetler açısından sağlanan bu faydalar sayesinde, e-ticaret yaygınlaşmaya ve büyümeye devam etmektedir. Şekil 1, B2B'ye göre küresel ticaret hacmini vermektedir.

Şekil 1: Küresel B2B E-Ticaret Hacmi (Milyar Dolar)

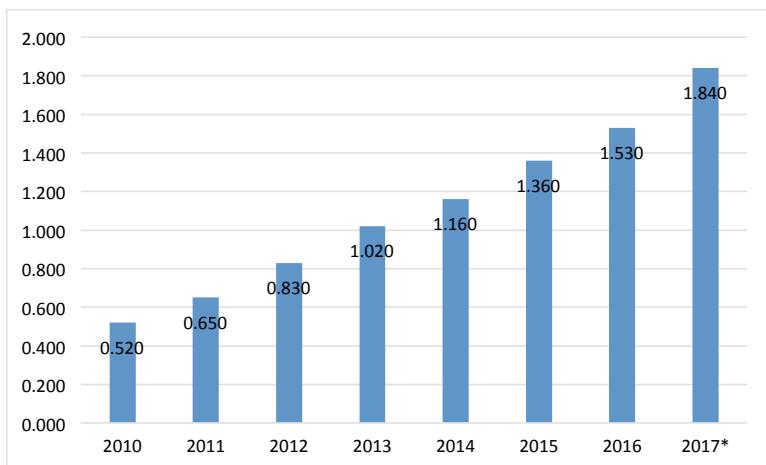


Kaynak: Statista (2017).

*Beklenti

Şekil 1'e göre, küresel B2B e-ticaret hacmi 2013 yılında 5 trilyon 826 milyar olarak gerçekleşirken, bu değer 2016 yılında 7 trilyon dolara yükselmiştir. 2017 yılında işletmeler arasındaki e-ticaretin 7 trilyon 661 milyar dolar olacağı beklenmektedir.

Şekil 2: Küresel B2C E-Ticaret Hacmi (Milyar Dolar)

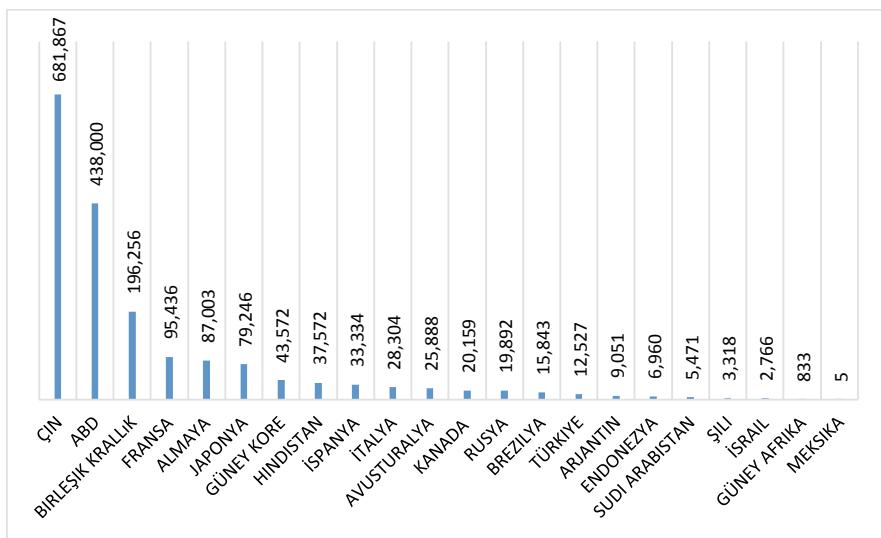


Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

Şekil 2 ise B2C küresel ticaret hacmini vermektedir. Buna göre 2010 yılında 520 milyar civarında olan küresel B2C e-ticaret hacminde 3 kat artış gerçekleşmiş ve 2016 yılında yaklaşık 1 trilyon 530 milyar dolara ulaşmıştır. 2017 yılında işletmeden nihai müşteriye olan e-ticaretin ise 1 trilyon 840 milyar dolara yükseleceği düşünülmektedir.

Şekil 3: 2017* Yılında En Yüksek E-Ticaret Hacmine Sahip Ülkeler Sıralaması (Milyon Dolar)



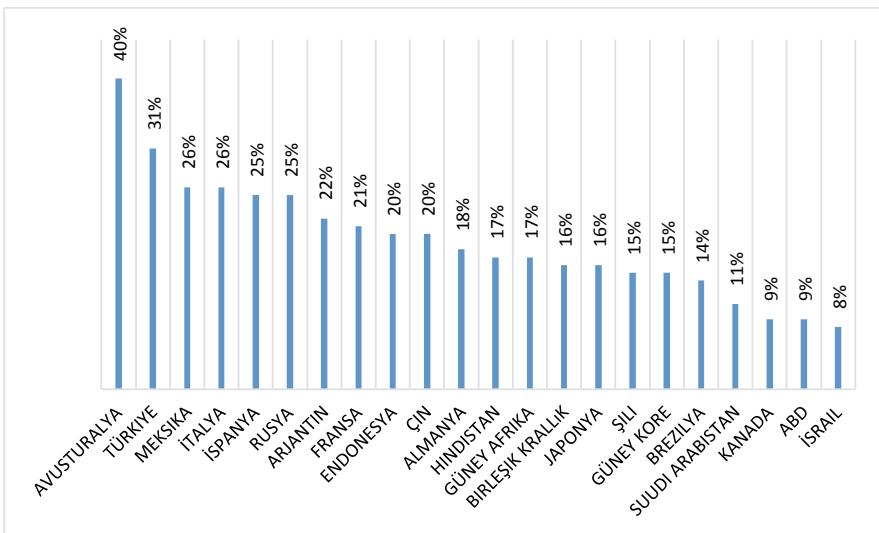
Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

2017 yılında beklenen B2C e-ticaret hacminin yaklaşık 1/3'ünün (yaklaşık 682 milyar dolar) sadece Çin Halk Cumhuriyeti tarafından gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Çin'deki yüksek e-ticaret hacminin çok büyük bir kısmını e-ticaret devi "Alibaba" oluşturmaktadır. Ayırca e-ticaretin bu denli büyümesinde, Çin'in akıllı telefonlara kolay ve hızlı adapte olmanın da neden olduğu ifade edilmektedir. Çin'in gelişmiş şehirlerindeki tüketicilerin %71'i akıllı telefonlarla aliveriş yapmaktadır (KANAK).

Şekil 3'de yer alan en yüksek ticaret hacmine sahip ülkeler arasında ikinci sırada 438 milyar dolar ile ABD ve üçüncü sırada ise 196,256 milyar dolar ile Birleşik Krallık yer almaktadır. Türkiye ise 12,527 milyar dolar e-ticaret hacmi ile 15.sırada yer almaktadır.

Şekil 4: Ülkelerin 2017* Yılı E-Ticaretteki Büyüme Hızı

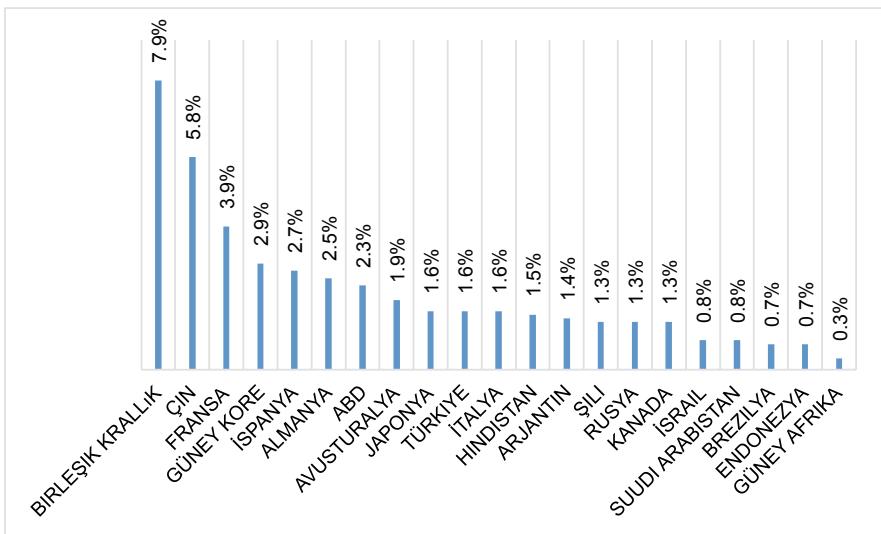


Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

E-ticarette oldukça hızlı büyüyen ülkeler Şekil 4'te görüşmektedir. Ülkelerin e-ticaretteki büyümeye hızına bakıldığından, Avustralya %40'luk büyümeye oranıyla ilk sırada yer almaktadır. Türkiye, e-ticarette %31 oranında büyümeye ile dikkat çekmektedir.

Şekil 5: Ülkelerin 2017* Yılı E-GSMH Payları

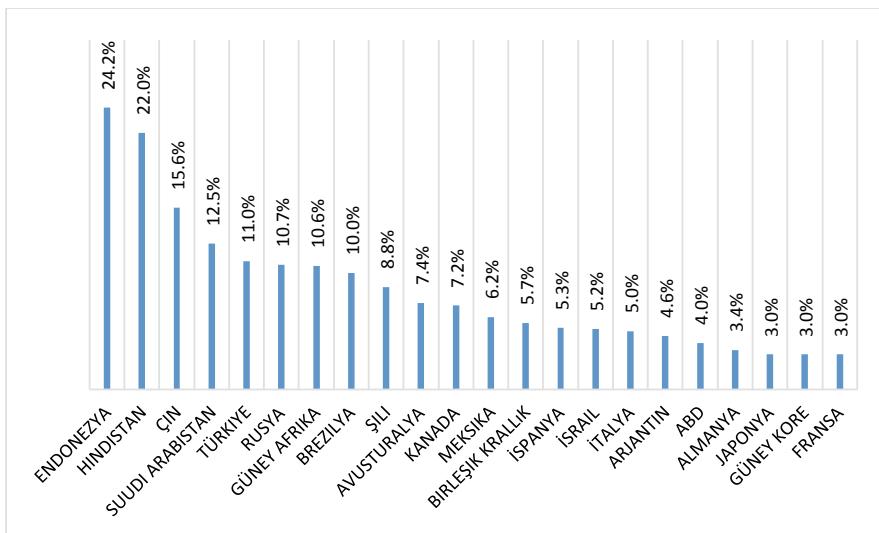


Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

Şekil 5'de, 2017 yılında ülkelere göre e-GSMH (e-ticaretin GSMH içinden aldığı pay) açısından Birleşik Krallık %7.9 pay ile ilk sırada bulunmaktadır. Sırayla Çin Halk Cumhuriyeti %5.8 pay ile ikinci ve Fransa %3.9 pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye ise %1.6'lık pay ile 10. sırada olduğu görülmektedir.

Şekil 6: 2017* Yılı E-Müşteri Hacmi (Büyüme Hızı)

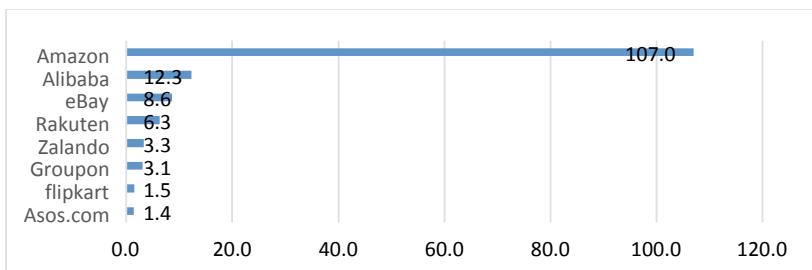


Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

Şekil 6'ya bakıldığında, e-ticaret müşterilerinin büyümeye hızı bağlamında, özellikle Endonezya ile Hindistan dikkat çekmektedir. Bu ülkelerde e-ticaret müşterileri hızlı bir şekilde artmaktadır. Diğer taraftan dünyanın en büyük e-ticaret pazarı olan Çin'in e-müşteri hacmi de yüksektir (%15,6). Türkiye'nin e-ticaret yapan müşteri hacmi ise Suudi Arabistan'dan sonra Endonezya, Hindistan ve Çin'e en yakındır. Bu itibarla, Türkiye e-müşteri hacminde de %11'lik hızlı bir büyümeye olduğu belirtilebilir.

Şekil 7: 2015* Yılı Dünyanın En Büyük E-Ticaret Şirketleri

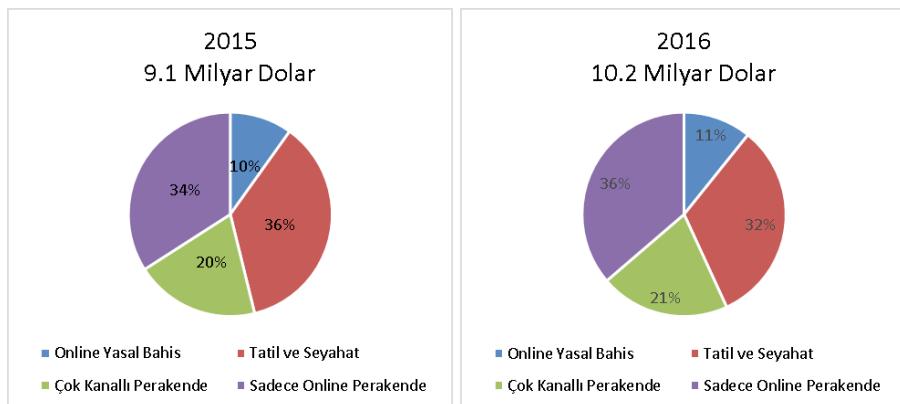


Kaynak: Ecommerce Foundation (2017).

*Beklenti

Şekil 7'de, 2015 yılı dünyanın en büyük e-ticaret şirketleri verilmektedir. ABD merkezli Amazon, 107 milyar dolar e-ticaret pazar payı ile dünyanın en büyük e-ticaret sitesidir. İkinci sırada çoğunlukla B2B alışverişin yapıldığı Çin merkezli Alibaba, 12.3 milyar dolar pazar payına sahiptir. Üçüncü sırada ise daha çok küçük çapta alım-satım yapan dükkanlar ve müşterilerin oluşturduğu eBay 8.6 milyar dolar pazar payı ile yer almaktadır.

Şekil 8: Türkiye E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (Milyar Dolar)



Kaynak: TÜBİSAD (2017).

Şekil 8, Türkiye e-ticaret büyülüğu ilgiliyor. Türkiye'nin B2C e-ticaret pazar büyülüğu 2015 yılında 9.1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılı e-ticaret pazar büyülüğu içerisinde yer alan kalemler incelediğinde, tatil ve seyahat %38 en büyük paya sahip olmuştur. İlk sıradı %34 pay ile sadece online perakende yer alırken, üçüncü sıradı çok kanallı perakende yer almaktadır. Online yasal bahis ise %10'luk bir paya sahiptir. Diğer taraftan 2016 yılına bakıldığından B2C e-ticaret pazar büyülüğu 10.2 milyara yükselmiştir. Bu artış ile birlikte, %36'lık paya ulaşan sadece online perakende açısından hızlı bir artış gerçekleşmiştir. Tatil ve seyahatin değeri pek değişmemekle birlikte payı %32'ye düşmüştür, buna karşın çok kanallı perakendenin payı %21'e yükselmiştir. Online yasal bahiste de artış olmuş ve %11 olarak gerçekleşmiştir.

Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de e-ticaret hızla büyümektedir, fakat bu büyümeye ülkemizi uluslararası arenada yeteri kadar rekabetçi bir konuma henüz taşımamadığı bilinmektedir. 2017'de yayınlanan ilk TÜSİAD raporunda sunulan bazı çözüm önerileri hayata geçirilse de, hem arz hem de talep tarafında, sisteme ilk kez dahil olacak oyuncu ve tüketicilerin teşvik edilmesi konusunda henüz dönüşüm sağlayacak büyük adımlar atılamamıştır.

5. TÜRKİYE'DE E-TİCARETİN GELİŞTİRİLMESİ

Günümüzde girişimcilerin tercih ettiği yatırım alanlarından olan e-ticaret sektörü, özellikle dış ticarette rekabet düzeyini artırmak, finans zorluklarını aşmak ve etkin bir pazarlama hizmeti verebilmek için e-ticaret sektöründe daha fazla yer almak zorunluluk haline gelmiştir (Yumuşak, 2001). Ancak Tüsiad (2017) Raporunda, Türkiye'de e-ticaretin gelişimi için bazı eksikliklerin giderilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Eksikliklerin giderilmesi gereken temel konular aşağıdaki gibi belirtilebilir;

1. Sektör ve idari yapı arasındaki iletişim eksikliğini giderilmesi
2. E-ticarette algı sorununun giderilmesi ve dijital okuryazarlığın artırılması
3. Teknik altyapının iyileştirilmesi
4. Mevzuatın sektörün gelişimini destekleyecek şekilde düzenlenmesi.

Bu konular yanında girişimcinin e-ticaret uygulamalarını hayatı geçirebilmesi ve e-ticarette başarılı olabilmesi için devlet tarafından verilen yatırım ve teşvikler de çok önemlidir. Büyük bir potansiyele sahip olan e-ticaret sektöründe verilen destekler henüz çok yeterli görülmese de, son yıllarda Türkiye'de e-ticaret alanında daha fazla teknolojik ve ekonomik destekler verildiği söylenebilir.

Bu desteklerden bir tanesi Ekonomi Bakanlığı, Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği kapsamında “e-ticaret sitelerine üyelik” desteğiidir. Destek kapsamında, ticareti yapılan ürünün Türk mali olması ve bu alanda tescillenmesi olması şartı ile e-ticaret sitelerine üyelik yoluyla katılımlarının sağlanması çalışılmaktadır. E-ticaret sitelerine üyelik, yalnızca hali hazırda ihracat yapan firmaların değil, daha önce ihracat yapmamış, iç pazara yönelik çalışan firmaların da ihracata özendirilmesi, genç girişimcilerin desteklenerek, yeni ihracatçıların artırılmasını da hedeflenmektedir.

Bunun için TİM ve e-ticaret platformları Alibaba, Kompass ve Turkish Exporters arasında bir anlaşma imzalanmıştır. İhracatçı Birliği üyesi işletme, Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından belirlenmiş olan bu üç e-ticaret sitesi arasından nitelik ve hizmet bakımından faaliyet alanına uygun olanını seçmekte üyelik ücretinin %20'sine tekabül eden katılım ücretini, TİM'in ilgili e-ticaret sitesi için belirlediği hesap numarasına yatırmakta kalan %80 dilimi Ekonomi Bakanlığı teşviki ile tamamlanmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı'nın e-ticaret sitelerine üyelik desteği dışında “Bireysel Girişimcilik Aşamalı Destek” programları dahilinde TÜBİTAK tarafından Kabul edilen e-ticaret projelerine teknik ve ticari destek verilmektedir. 100.000 TL'lik üst limitli sermaye desteği ve yurt dışındaki fuarlarda tanıtım imkanı da bu destek paketi içerisinde bulunmaktadır.

E-ticaret sektörüne bir destek de Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından verilmektedir. Bakanlık tarafından Teknoloji Geliştirme Vakfı aracılığı ile “Ticarileştirme Projeleri Desteği” adı altında, e-ticaret girişimlerine finansal destek sağlanmaktadır. Bu destekte, proje maliyetinin yüzde 50'si hibe şeklinde karşılanmaktadır. Ayrıca Dış Ticaret Müsteşarlığı üzerinden de 24 aylık vadelerle düşük faizli ve eşit ödemeli kredi imkanı da sunulmaktadır.

Yeni Türk Ticaret Kanunu da 14 SUBAT 2011 tarihinde tüm sermaye **şirketlerine web sitesi** zorunluluğu getirmiş web sayfasında şirkete ait tüm resmi bilgilerinin yayınlanması gereği belirtilmiştir.

6. SONUÇ

E-Ticaret, son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ve mobil cihazların kullanımı ile tüm dünyada ve Türkiye'de artış trendi içindedir. Türkiye'de de e-ticaretin hem ülke içinde hem de sınırlar之外de geliştirilmesi için son dönemlerde önemli adımlar atılmıştır. Özellikle e-ihracat konusunda, firmaların teşvik edilmesi ve

dünyada e-ihracat payının arttırılarak rekabet gücü elde edilmesi konusunda birçok destek bulunmaktadır. Bu desteklerin en önemli Ekonomi Bakanlığı tarafından sunulan Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği kapsamında “e-ticaret sitelerine üyelik” desteğiştir. Ancak bu destekler dışında daha da önemli, e-ticaretin ve e-ihracatın kalkınma planları içinde yer almazı ve geliştirilmesine yönelik hedef ve stratejilerin belirlenmesidir. 2018-2020 e-İhracat Stratejisi ve Eylem Planı çerçevesinde 3 yıllık dönem için stratejiler belirlenmiş durumdadır.

E-Ticaret ve E-İhracat; altyapı, mevzuat, ürün güvenliği ve denetimi gibi konusundaki sorunların aşılması durumunda, ekonomide itici bir güç olarak değerlendirilebilir. Ürün tanıtımlarının daha düşük maliyetlerle gerçekleşmesi, sipariş ve sonraki süreçlerinin daha hızlı ve planlı bir şekilde gerçekleşmesi, firmaların etkinlik ve verimliliğini artırmaktadır.

KAYNAKÇA

CANPOLAT Önder (2001). E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Ankara.

ÇETINKAYA ŞAHİN (2016).¹ E-Ticaret Uygulamalarının Makro Ekonomik Göstergelere Etkisi SWOT Analizi ve Türkiye'de E-Ticaret Gelişimi İçin Bir Eylem Planı Önerisi, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11).

E-commerce Foundation (2017). Global Ecommerce Report 2017, www.ecommercefoundation.org/reports, (Erişim Tarihi: 02.04.2018).

KANTARCI ÖGET, Murat ÖZALP, Cenk SEZGİN SOY, Ozan ÖZAŞKINLI ve Cihan CAVLA (2017). Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-Ticaret, TÜSİAD Yayıncı.

SEZGİN, Aslı (2013). Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaret Sektörü, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü Yayıncı.

STATISTA (2017). Global B2B e-commerce gross merchandise volume (GMV) from 2013 to 2017 (in billion U.S. dollars), <https://www.statista.com/statistics/705606/global-b2b-e-commerce-gmv/>, (Erişim Tarihi 05.04.2018).

TÜBİSAD (2017). Türkiye'de E-Ticaret 2016 Pazar Büyüklüğü, http://www.tabisad.org.tr/tr/images/pdf/tabisad_2016_e-ticaret%20tahminleme%20ve%20olcumleme%20calismasi.pdf, (Erişim Tarihi: 01.04.2018).

YUMUŞAK, İbrahim (2001). Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, ODTÜ 5. Uluslararası İktisat Kongresi, Ankara.

Küşat Çapraz

Owner of trade mark “InTraders International Conference on International Trade”, graduated international trade master program in 2015, Sakarya University. He has experiences as an export manager between 2006-2008. He has studies on international market research. He works for Sakarya University (2008-....). He directs InTraders October Conferences, May Conferences, InTraders International Trade Academic Journal, Economy Blog and International Market Search under InTraders trade mark. He aims to be an academician. His main interest is international trade.

His goal is to conduct InTraders Conferences in all countries.

“We caress the souls of researchers”

InTraders Academic Platform
www.intraders.sakarya.edu.tr

October Conferences
www.intraders.org/october

May Conferences
www.intraders.org/may

Academic Journal
www.dergipark.gov.tr/intraders

Economy News
www.intraders.org/news



InTraders Academic Platform

Topics based on international trade, business, economics and supply chain management. Under InTraders trade mark, we conduct InTraders October Conferences, May Conferences, InTraders International Trade Academic Journal, Economy Blog and International Market Search.

"We caress the souls of researchers"

InTraders Academic Platform
www.intraders.sakarya.edu.tr

October Conferences
www.intraders.org/october

May Conferences
www.intraders.org/may

Academic Journal
www.dergipark.gov.tr/intraders

Economy News
www.intraders.org/news



 **hiperyayın**

Sosyal medyada bizi takip edin  /hiperkitaptr  /hiperkitaptr